

658  
BAM  
P 21

# **PENGARUH FAKTOR INTERNAL PERUSAHAAN TERHADAP KINERJA EKSPOR**

(Studi Pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah  
Di Kabupaten Pekalongan)



## **TESIS**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna  
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen  
Program Studi Magister Universitas Diponegoro

Oleh :

ANDI SANMASRI BANGUN  
NIM. C4A001012

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2003**



## *Sertifikat*

Saya, *Andi Sanmasri Bangun*, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program magister manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di pundak saya.

**Andi Sanmasri Bangun**

**24 Juni 2003**

## PENGESAHAN TESIS

Yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:  
**PENGARUH FAKTOR INTERNAL PERUSAHAAN  
TERHADAP KINERJA EKSPOR**  
(Studi Pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah  
Di Kabupaten Pekalongan)

yang disusun oleh Andi Sanmasri Bangun , NIM. C4A001012  
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Juni 2003  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing Utama



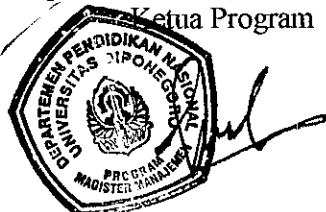
(Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo)

Pembimbing Anggota

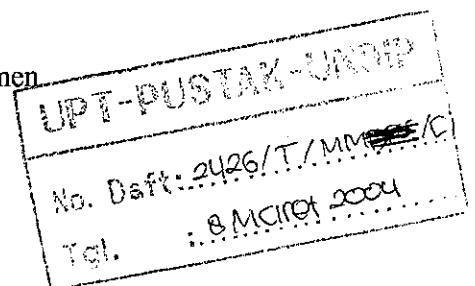


(Dr. Arifin Sabeni, M.Com Hons, Akt)

Semarang 24 Juni 2003  
Universitas Diponegoro  
Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Manajemen  
Ketua Program



(Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo)



## **Persembahan**

*Kupersembahkan karyaku ini untuk yang kukasihi dan cintai selalu;*

*Yulisa, istriku dan Anasstassya Putri Kaulika Bangun, putriku yang cantik jelita*

## ***Abstract***

*This research is intended to analyze factors that affect the export performance in the small and medium enterprises. It is because that small and medium enterprises have the important role in contributing economic growth, especially in the matter of export performance. It is hoped that by understanding the factors affecting the export performance, the small and medium enterprises can be assisted to yield an optimum performance.*

*The analytical technique used in this research is linear regression with four variables; those are firm characteristic, export commitment, export strategy and product characteristic as the independent variable. Then, these four variables are the predictor toward the dependent variable, that is export performance. The research objects were taken from the small firms and medium firms of palekat sarong industry in Pekalongan – Central Java.*

*The population of this research is all of small firms and medium firms of palekat sarong industry in Pekalongan. The population consist of 66 firms, that is 45 small firms and 21 Medium firms. The demanded data was collected by survey method, meaning all the population members are the source whose data is obtained.*

*The results suggest that firm characteristic, export commitment, export strategy and product characteristic significantly affect export performance in small and medium firms. Then, the model variant test done for small firms and medium firms suggest that both models show no significant difference. In the other word, there is no significant difference between model of small firms and medium firms.*

*It can be concluded that four independent variables as predictor, all of them significantly predict the dependent variable, export performance. There is no significant difference between model for small firms and medium firms.*

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor pada industri kecil dan menengah. Hal ini didasari alasan bahwa industri kecil dan menengah memiliki peran penting dalam memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi negara berdasarkan kinerja ekspornya. Dengan memahami faktor-faktor internal perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor, industri kecil dan menengah diharapkan dapat mencapai kinerja ekspor yang optimal.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier dengan empat variable bebas yaitu karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk. Keempat variable bebas tersebut merupakan faktor penentu terhadap variable terikat yaitu kinerja ekspor. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah industri sarung palekat kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah.

Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan kecil dan menengah dalam industri sarung palekat di Kabupaten Pekalongan yang terdiri dari 45 perusahaan kecil dan 21 perusahaan menengah sarung palekat. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survey dimana seluruh elemen populasi merupakan sample penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja ekspor baik dalam perusahaan kecil dan menengah dalam industri sarung palekat Kabupaten Pekalongan. Dan berdasarkan uji beda model regresi yang dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara model regresi perusahaan kecil dan perusahaan menengah pada industri sarung palekat Kabupaten Pekalongan.

Dengan demikian, kesimpulan yang dihasilkan adalah keempat variable bebas yaitu karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk, seluruhnya secara signifikan dapat memprediksi variable terikat yaitu kinerja ekspor. Penelitian ini juga menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara model regresi perusahaan kecil dan perusahaan menengah industri sarung palekat di Kabupaten Pekalongan.

## **Kata Pengantar**

Puji dan syukur kepada Allah yang penuh kasih atas segala rahmat, berkat dan pertolonganNya yang sungguh besar sehingga tesis yang berjudul “Pengaruh Faktor Internal Perusahaan Terhadap Kinerja Ekspor” (Studi pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan) akhirnya dapat kami selesaikan setelah melalui berbagai proses yang panjang.

Kami menyadari bahwa tesis ini masih belum sempurna dan masih memiliki kekurangan sehingga memerlukan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca untuk peningkatan kualitas tesis ini, namun begitu kami berharap tesis ini tetap berguna dan dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya untuk pihak yang terkait dan untuk seluruh pembaca.

Atas selesainya pembuatan tesis ini maka kami mengucapkan teima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian tesis ini dari awal hingga akhir, dan ucapan terima kasih saya sampaikan kepada;

1. Bapak Prof.Dr Suyudi Mangunwihardjo selaku dosen pembimbing utama yang telah banyak membantu dan memberikan pengarahan yang besar dalam penyelesaian tesis ini.
2. Bapak Dr Arifin Sabeni, M Com Hons, Akt. Selaku dosen pembimbing anggota yang juga telah banyak memberikan bantuan pengarahan dan dukungan dalam penyelesaian tesis ini.

3. Ibu Dr Indah Susilowati, MSc selaku dosen yang turut membimbing dan memberikan bantuan dan pengarahan yang sangat besar dalam penyelesaian penulisan tesis ini.
4. Bapak dari pihak Bappeda, Indag, dan Kantor PDE dan Arsipda Kabupaten Pekalongan yang telah memberikan ijin untuk melakukan survey serta banyak memberikan bantuan data sehingga tesis ini dapat selesai dengan baik
5. Istriku Yulisa dan anakku Tasya, yang telah memberikan dukungan moril dan materil yang luar biasa besarnya untuk segera menyelesaikan tesis ini.
6. Rekan - rekan mahasiswa MM Angkatan XV Pagi-A yang banyak membantu dengan memberikan berbagai macam saran dan pendapat

Demikian akhirnya kami berharap semoga tesis ini memberikan banyak manfaat kepada banyak pihak yang berkepentingan.

Semarang Juni, 2003

Andi Sanmasri Bangun



## Daftar Isi

|                                      | Halaman |
|--------------------------------------|---------|
| Halaman Judul.....                   | i       |
| Surat Pernyataan Keaslian Tesis..... | ii      |
| Halaman Pengesahan Tesis.....        | iii     |
| Halaman Persembahan.....             | iv      |
| Abstract.....                        | v       |
| Abstraksi.....                       | vi      |
| Kata Pengantar.....                  | vii     |
| Daftar Tabel.....                    | xiii    |
| Daftar Gambar.....                   | xv      |
| Daftar Lampiran.....                 | xvi     |

### Bab I Pendahuluan

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 1.1 Latar Belakang Permasalahan..... | 1  |
| 1.2 Perumusan Masalah.....           | 7  |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian   |    |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian.....         | 8  |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian.....       | 9  |
| 1.4 Sistematika Penelitian.....      | 9  |
| 1.5 Definisi-definisi Utama.....     | 10 |

### Bab II Telaah Pustaka dan Pengembangan Model

|   |    |
|---|----|
| 2.1 Usaha Kecil dan Menengah.....                         | 12 |
| 2.2 Kegiatan Ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah.....    | 16 |
| 2.3 Pengukuran Kinerja Ekspor.....                        | 18 |
| 2.4 Pengaruh Faktor Internal terhadap Kinerja Ekspor..... | 21 |
| 2.4.1 Karakteristik Perusahaan.....                       | 24 |
| 2.4.2 Komitmen Ekspor.....                                | 26 |
| 2.4.3 Strategi Ekspor.....                                | 28 |

|  |    |
|--|----|
| 2.4.4 Karakteristik Produk.....        | 30 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu.....          | 32 |
| 2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis .....  | 33 |
| 2.7 Hipotesis Penelitian .....         | 35 |
| 2.8 Dimensionalisasi Variabel.....     | 35 |
| 2.9 Definisi Operasional Variabel..... | 38 |

### Bab III Metode Penelitian

|  |    |
|--|----|
| 3.1 Desain dan Obyek Penelitian            |    |
| 3.1.1 Disain Penelitian.....               | 40 |
| 3.1.2 Obyek Penelitian.....                | 41 |
| 3.1.3 Populasi.....                        | 42 |
| 3.1.4 Sensus.....                          | 43 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data                  |    |
| 3.2.1 Data Primer.....                     | 43 |
| 3.2.2 Data Sekunder.....                   | 44 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data                |    |
| 3.3.1 Metode Angket .....                  | 44 |
| 3.3.2.Dokumentasi.....                     | 45 |
| 3.4 Metode Analisis Data                   |    |
| 3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas ..... | 46 |
| 3.4.2 Uji Asumsi Klasik                    |    |
| a. Multikolineritas.....                   | 47 |
| b. Autokorelasi.....                       | 47 |
| c. Heteroskedastisitas.....                | 48 |
| 3.4.3 Teknik Analisis.....                 | 48 |
| 3.5 Uji Hipotesis.....                     | 50 |
| 3.6 Uji Beda Dua Regresi.....              | 51 |

Bab IV Analisis Data

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Gambaran Umum Industri Sarung Palekat.....   | 53 |
| 4.2 Deskriptif Responden   |    |
| 4.2.1 Nilai Investasi.....   | 54 |
| 4.2.2 Bentuk Usaha .....   | 56 |
| 4.2.3 Usia Perusahaan.....   | 56 |
| 4.2.4 Mendapatkan Pembeli Ekspor.....  | 57 |
| 4.2.5 Pelaksanaan Kegiatan Ekspor.....   | 58 |
| 4.2.6 Banyaknya Jumlah Karyawan.....   | 59 |
| 4.2.7 Keuntungan Ekspor.....   | 60 |
| 4.3 Uji Relabilitas dan Validitas  |    |
| 4.3.1 Uji Reliabilitas.....  | 61 |
| 4.3.2 Uji Validitas.....   | 62 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik pada Industri Kecil dan Menengah   |    |
| 4.4.1 Multikolinearitas.....   | 64 |
| 4.4.2 Heteroskedastisitas.....   | 65 |
| 4.4.3 Autokorelasi.....  | 65 |
| 4.5 Analisis Statistik Deskriptif  |    |
| 4.5.1 Analisis Statistik Deskriptif Data Penelitian pada Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan ..... | 66 |
| 4.5.2 Deskripsi Profil Responden Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah.....                                   | 69 |
| 4.6 Analisis Regresi   |    |
| 4.6.1 Analisis Regresi Pada Industri Menengah.....   | 82 |
| 4.6.1.1 Karakteristik Perusahaan.....  | 86 |
| 4.6.1.2 Komitmen Ekspor.....   | 87 |
| 4.6.1.3 Strategi Ekspor.....   | 88 |
| 4.6.1.4 Karakteristik Produk.....  | 89 |
| 4.6.2 Analisis Regresi Pada Industri Kecil.....  | 91 |
| 4.6.2.1 Karakteristik Perusahaan.....  | 94 |

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 4.6.2.2 Komitmen Ekspor.....      | 96  |
| 4.6.2.3 Strategi Ekspor.....      | 97  |
| 4.6.2.4 Karakteristik Produk..... | 98  |
| 4.6.3 Uji Beda Model Regresi..... | 100 |

## Bab V Simpulan dan Implikasi

|   |     |
|---|-----|
| 5.1 Kesimpulan Hipotesis pada Industri Kecil dan Menengah ..... | 104 |
| 5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian... ..                         | 106 |
| 5.3 Implikasi Teoritis.....                                     | 107 |
| 5.4 Implikasi Kebijakan Industri Menengah.....                  | 108 |
| 5.5 Implikasi Kebijakan Industri Kecil.....                     | 111 |
| 5.6 Keterbatasan Penelitian.....                                | 114 |
| 5.7 Agenda Penelitian Mendatang.....                            | 114 |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| Daftar Referensi..... | 116 |
|-----------------------|-----|

## Lampiran-lampiran

## Daftar Tabel

|  | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1.1 Realisasi Ekspor Kabupaten Pekalongan 2001.....        | 6       |
| Tabel 2.1 Pengukuran Kinerja Ekspor.....                         | 21      |
| Tabel 2.2 Pengaruh Faktor Internal Terhadap Kinerja Ekspor.....  | 23      |
| Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....                              | 32      |
| Tabel 2.4 Definisi Operasional Variabel .....                    | 38      |
| Tabel 4.1 Gambaran Industri Kabupaten Pekalongan.....            | 53      |
| Tabel 4.2 Aneka Industri Kabupaten Pekalongan.....               | 54      |
| Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Nilai Investasi.....             | 55      |
| Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Bentuk Usaha.....                | 56      |
| Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Usia Perusahaan.....             | 57      |
| Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Mendapatkan Pembeli Ekspor.....  | 58      |
| Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pelaksanaan Kegiatan Ekspor..... | 69      |
| Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....             | 60      |
| Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Keuntungan Ekspor.....           | 61      |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....                           | 62      |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....                              | 63      |
| Tabel 4.12 Deskripsi Data Penelitian.....                        | 66      |
| Tabel 4.13 Tanggapan Variabel Karakteristik Perusahaan.....      | 70      |
| Tabel 4.14 Frekuensi Jawaban Karakteristik Perusahaan.....       | 71      |
| Tabel 4.15 Tanggapan Variabel Komitmen Ekspor.....               | 72      |
| Tabel 4.16 Frekuensi Jawaban Komitmen Ekspor .....               | 73      |
| Tabel 4.17 Tanggapan Variabel Strategi Ekspor.....               | 75      |
| Tabel 4.18 Frekuensi Jawaban Strategi Ekspor .....               | 76      |
| Tabel 4.19 Tanggapan Variabel Karakteristik Produk.....          | 78      |
| Tabel 4.20 Frekuensi Jawaban Karakteristik Produk .....          | 79      |
| Tabel 4.21 Tanggapan Variabel Kinerja Ekspor.....                | 80      |
| Tabel 4.22 Frekuensi Jawaban Kinerja Ekspor .....                | 81      |
| Tabel 4.23 Model Regresi Industri Sarung Palekat Menengah.....   | 83      |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.24 Model Regresi Industri Sarung Palekat Kecil..... | 92  |
| Tabel 4.25 Indikator Statistik untuk Uji Chow Test.....     | 101 |

## Daftar Gambar

### Halaman

|             |  |    |
|-------------|--|----|
| Gambar 2.1. | Kerangka Pemikiran Teoritis.....               | 34 |
| Gambar 2.2. | Dimensi Variabel Karakteristik Perusahaan..... | 35 |
| Gambar 2.3. | Dimensi Variabel Komitmen Ekspor .....         | 36 |
| Gambar 2.4. | Dimensi Variabel Strategi Ekspor .....         | 36 |
| Gambar 2.5. | Dimensi Variabel Karakteristik Produk.....     | 37 |
| Gambar 2.6. | Dimensi Variabel Kinerja Ekspor.....           | 38 |

## **Daftar Lampiran**

|            |  |
|------------|--|
| Lampiran 1 | Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas               |
| Lampiran 2 | Hasil Uji Regresi Industri Sarung Palekat Keci     |
| Lampiran 3 | Hasil Uji Regresi Industri Sarung Palekat Menengah |
| Lampiran 4 | Hasil Uji Regresi Kecil dan Menengah               |
| Lampiran 5 | Input Data   |
| Lampiran 6 | Deskripsi Statistik Frekuensi Jawaban Responden    |
| Lampiran 7 | Daftar Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah. |
| Lampiran 8 | Surat Keterangan                                   |
| Lampiran 9 | Daftar Pertanyaan                                  |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Permasalahan**

Sektor Usaha Kecil memiliki peran yang strategis baik secara ekonomi, sosial dan politis. Fungsi ekonomi Usaha Kecil karena ia menyediakan barang dan jasa bagi konsumen berdaya beli rendah sampai sedang dan memberikan kontribusi besar pada perolehan devisa negara. Melalui produk-produk manufaktur maupun barang kerajinan Usaha Kecil menyumbang separoh pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pengembangan dan pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam kerangka pemulihan ekonomi nasional memegang peranan yang cukup penting.

Selama krisis berkecamuk di Indonesia, Usaha Kecil dan Menengah mampu menyerap lebih dari 74,3 juta pekerja atau sekitar 99,4% dari total pekerja. Usaha Kecil dan Menengah memberi kontribusi dalam pembentukan PDB (Produk Domestik Bruto) yang terus meningkat angka nominalnya dari tahun ke tahun. Pada tahun 1997, Usaha Kecil dan Menengah memberi kontribusi sebesar 37,96% terhadap total PDB, meningkat menjadi 40,89% pada tahun 1998, dan sebesar 41,89% pada tahun 1999 serta sedikit menurun pada tahun 2000 sebesar 40,43% (Tambunan, 2001). Besaran kinerja tersebut mengindikasikan bahwa Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia tidak hancur lebur tetap malah mampu menarik manfaat dari krisis ekonomi yang melanda Indonesia. Hal ini

**UPT-PUSTAK-UNDIP**

memberi gambaran bahwa Usaha Kecil dan Menengah ternyata terbukti mampu beradaptasi terhadap adanya suatu perubahan besar. Di Indonesia dilihat dari jumlah unit usahanya yang sangat banyak yang terdapat disemua sektor ekonomi dan kontribusinya yang besar terhadap kesempatan kerja dan pendapatan. Selain itu kelompok usaha ini juga berperan sebagai suatu motor penggerak yang sangat krusial bagi pembangunan ekonomi dan komunitas lokal. Saat ini Usaha Kecil dan Menengah memiliki peranan baru yang lebih penting lagi yaitu sebagai salah satu faktor utama pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekspor non-migas dan Usaha Kecil dan Menengah berperan penting dalam pertumbuhan ekspor (Tambunan, 2002)

Memasuki millenium ke tiga tantangan dan hambatan yang dihadapi semakin besar. Persaingan diantara bangsa-bangsa di dunia semakin ketat. Integrasi dan regionalisasi ekonomi global yang melanda dunia saat ini sangat mempengaruhi tatanan perekonomian dunia. Perkembangan ekonomi yang sangat fundamental tersebut juga didorong oleh perkembangan yang semakin dinamis dan cepat. Bentuk keikutsertaan Usaha Kecil dan Menengah dalam era globalisasi adalah dengan turut memasuki pasar internasional melalui kegiatan ekspor. Karagozoglu dan Lindell (1998) dalam Burpitt dan Rondinelli, 2000 mengidentifikasi beberapa hal dimana perusahaan kecil cenderung untuk melakukan kegiatan ekspor, yaitu; bila kesempatan pasar global lebih menjanjikan dibandingkan pasar domestik, bila perusahaan menerima permintaan pembeli yang potensial dari luar negeri, bila perusahaan mendeteksi adanya penawaran yang tidak cukup didalam negeri. Sekalipun alasan ekonomi berperan

dalam perusahaan kecil untuk namun menurut Burpitt dan Rondinelli (2000) keputusan ekspor tersebut tidak terlepas dari finansial, manajerial dan alasan ketidak pastian lainnya yang memberikan pertimbangan untuk melakukan ekspor. Selain alasan ekonomi banyak alasan serta motivasi perusahaan kecil untuk melakukan ekspor, namun secara keseluruhan motivasi tersebut oleh Czinkota dan Tesar (1982) dalam Pope, 2002 dikategorikan kedalam dua kelompok “proaktif” (*proactive*) dan “reaktif” (*reactive*). Proaktif didasarkan kepada “situasi internal perusahaan” dan reaktif didasarkan pada perilaku perusahaan dalam merespon perubahan dari luar atau lingkungan.

Kinerja ekspor dapat didefinisikan sebagai tingkatan dari tujuan perusahaan baik secara ekonomi dan strategi dengan melakukan ekspor produknya kepasar luar negeri, yang dicapai melalui perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran ekspor. Menurut Lages & Shaw, 1998 dalam Lages dan Melewar, 1999 dalam kondisi kegiatan usaha yang mendunia saat ini kinerja merupakan petunjuk yang digunakan oleh perusahaan untuk menganalisis tingkat kesuksesan, baik didalam negeri maupun di lingkungan internasional.

Dua model secara prinsip dalam melihat kinerja ekspor meliputi pengukuran secara finansial dan non-finansial (Zou and Stan, 1998). Matthyssens and Pauwels (1996) dalam Zou and Stan, 1998 menyajikan tiga ukuran dalam mengukur kinerja ekspor yaitu; pengukuran secara finansial, pengukuran non finansial dan pengukuran skala gabungan. Cameron (1986) dalam Lages dan Melewar, 1999, Cavusgil & Zou (1994) menganjurkan untuk menggunakan pengukuran yang multipel melalui pengukuran finansial dan non-finansial

Keberhasilan kegiatan ekspor yang dilihat melalui kinerja ekspor tidak terlepas dari faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja tersebut, Zou dan Stan (1998) mencoba untuk mengklasifikasikan hal-hal yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor kedalam dua bagian yaitu faktor internal dan faktor eksternal, yang didasarkan kepada teori sumber daya sebagai faktor internal dan teori organisasi sebagai faktor eksternal. Teori berdasarkan sumberdaya menyatakan bahwa perusahaan memiliki keunikan yaitu berwujud (*tangible*) dan tak berwujud (*intangible*) sumberdaya yang dapat dikendalikan yang dapat digunakan dalam menerapkan strategi mencapai efisiensi dan efektifitas (Bamey, 1991; Daft, 1983; Wemevelt, 1984) dalam Zou and Stan, 1998. Sedangkan teori organisasi industri berpendapat bahwa faktor eksternal yang berpengaruh terhadap strategi, secara logis merupakan lingkungan dari luar dimana setiap perusahaan harus dapat menyesuaikan diri untuk dapat bertahan (Collis, 1991) dalam Zou and Stan, 1998.

Faktor eksternal yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor memiliki banyak variabel seperti tingkat stabilitas industri, prediksi perubahan, kecepatan perubahan, fluktuasi musim, tingkat resiko, tingkat persaingan serta berapa banyak jumlah kompetitor baru (Das, 1994 dalam Lages dan Melewar, 1999), melihat kinerja ekspor pada negara berkembang dan negara yang melakukan ekspor untuk berkembang (Sriram & Manu, 1995) dalam Lages dan Melewar, 1999, juga faktor pasar dalam negeri yang dipengaruhi oleh perubahan kebijakan ekspor dan dukungan pemerintah terhadap kegiatan ekspor akan selalu berubah-ubah dalam kondisi saat ini. Berdasarkan pemikiran di atas maka penelitian ini

hanya melihat dari faktor internal perusahaan seperti perilaku dan persepsi manajemen yang sering kali disebut sebagai faktor penentu yang penting dari kinerja ekspor (Leonidou et al., 1998).

Pengaruh faktor-faktor internal yang dilihat dalam Usaha Kecil dan Menengah tentunya berbeda dengan perusahaan yang besar, beberapa penelitian yang telah dilakukan pada Usaha Kecil dan Menengah antara lain menyebutkan bahwa faktor internal yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor adalah komitmen ekspor (*export commitment*) dan strategi ekspor (*export strategy*) Peter GP Walters dan Saeed Samiee (1990), Beamish, Craig, and McMellan, 1993 karakteristik produk (*product characteristics*) Beamish, Craig, and McMellan, 1993, karakteristik perusahaan (*firm characteristic*). Bijmolt 1994

Faktor internal perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor, merupakan hal yang menarik untuk diteliti, hal ini disebabkan banyak penelitian terdahulu yang melihat faktor internal dari berbagai aspek. Berdasarkan hal di atas maka Stan dan Zou (1998) mengatakan bahwa dengan perbedaan-perbedaan hasil penelitian tersebut menarik untuk dibicarakan kembali.

Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu daerah yang banyak terdapat industri kecil dan menengah yang memproduksi berbagai hasil produksi seperti tenun ATM dan ATBM, garment, printing / cap, batik, bordir dan pengolahan kayu yang secara keseluruhan berdasarkan SIUP yang dikeluarkan berjumlah 3.581 unit usaha. Sedangkan yang menjadi unggulan komoditi ekspor di Kabupaten Pekalongan adalah kain printing, sarung tenun, garment dan sumpit

Dalam penelitian ini peneliti akan melihat industri sarung kecil dan menengah tenun ATM yang terdapat di Kabupaten Pekalongan khususnya industri tenun ATM Sarung Palekat. Industri tenun Sarung Palekat yang ada di Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu komoditi ekspor unggulan yang langsung diekspor oleh produsen dengan total produksi 50.455.500 kodi dan nilai ekspor sebesar US\$ 3.335.227,5.

**Tabel 1.1**  
**Data Realisasi Ekspor Kabupaten Pekalongan Tahun 2001**

| No | Jenis Komoditi | Nilai US\$   |
|----|----------------|--------------|
| 1  | tekstil        | 17.015.927   |
| 2  | Sarung Tenun   | 3.335.227,5  |
|    | Jumlah         | 20.351.154.5 |

Sumber: Profil dan Potensi Daerah Kabupaten Pekalongan Tahun 2001

Dalam Tabel 1.1 terlihat nilai penjualan ekspor dengan negara tujuan ekspor antara lain Dubai, Malaysia dan Singapore yang dihasilkan Industri Sarung Palekat masih dianggap sedikit bila dibandingkan terhadap nilai ekspor tekstil keseluruhan sebesar US\$ 20.351.155,26 atau hanya sekitar 16.38 % jauh lebih sedikit dibandingkan kain printing dan garment yang dapat memberikan kontribusi sebesar US\$ 16.872.417,76 atau sekitar 83 % (Profil, Potensi Kabupaten Pekalongan, 2001). Padahal seperti diungkapkan sebelumnya Sarung Palekat merupakan salah satu produk unggulan yang diharapkan dapat memberikan pemasukan ekspor yang lebih baik.

Karena itu penelitian ini akan melihat faktor internal perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat di Kabupaten Pekalongan melalui empat variabel yang dianggap sesuai dengan kondisi yang ada

pada industri tersebut. Pemilihan keempat variabel ini didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan terhadap kinerja ekspor pada industri kecil dan menengah yaitu karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk. Pada penelitian sebelumnya terlihat bahwa variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah, sehingga diharapkan akan mendukung penelitian yang berjudul *“Pengaruh Faktor Internal Perusahaan Terhadap Kinerja Ekspor” Studi Pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan.*

## **1.2 Perumusan Masalah**

Bentuk keikutsertaan Usaha Kecil dan Menengah dalam era globalisasi adalah dengan turut memasuki pasar internasional melalui kegiatan ekspor. Ekspor dilakukan oleh Usaha Kecil dan Menengah untuk lebih menggali serta memanfaatkan segala kemampuan dan sumberdaya serta kesempatan yang didapatkan untuk memasuki pasar internasional. Untuk melihat keberhasilan dalam kegiatan ekspor adalah dengan melakukan pengukuran terhadap kinerja ekspor.

Menurut Lages & Shaw, 1998 dalam kondisi kegiatan usaha yang mendunia saat ini kinerja merupakan petunjuk yang digunakan oleh perusahaan untuk menganalisis tingkat kesuksesan, baik didalam negeri maupun di lingkungan internasional. Keberhasilan kegiatan ekspor yang dilihat melalui kinerja ekspor tidak terlepas dari faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja

tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi faktor internal yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor adalah: karakteristik perusahaan (*firm characteristics*), komitmen ekspor (*export commitment*), strategi ekspor (*export strategy*) dan karakteristik produk (*product characteristics*).

Kabupaten Pekalongan memiliki banyak industri kecil dan menengah, berdasarkan SIUP yang dikeluarkan berjumlah 3.581 unit usaha. Tenun ATM Sarung Palekat yang ada di Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu komoditi ekspor unggulan. Karena itu penelitian ini akan menganalisis bagaimana faktor internal perusahaan berpengaruh terhadap kinerja ekspor Industri Sarung Palekat tersebut.

Berdasarkan hal di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: bagaimana pengaruh faktor internal perusahaan yang terdiri dari karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk berpengaruh terhadap kinerja ekspor, pada usaha Sarung Palekat kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan.

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor usaha Sarung Palekat kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan



2. Untuk menganalisis pengaruh komitmen ekspor terhadap kinerja ekspor usaha Sarung Palekat kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan
3. Untuk menganalisis pengaruh strategi ekspor terhadap kinerja ekspor pada usaha Sarung Palekat kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan
4. Untuk menganalisis pengaruh karakteristik produk terhadap kinerja ekspor pada usaha Sarung Palekat kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Apabila penelitian ini sudah terlaksana diharapkan akan berguna bagi usaha-usaha yang akan dilakukan dalam memicu serta meningkatkan kegiatan ekspor yang dilakukan oleh usaha Sarung Palekat kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan

### **1.4 Sistematika Penelitian**

Untuk memberikan gambaran isi penelitian secara keseluruhan maka disajikan *outline* penelitian ini sebagai berikut:

1. Bab I. Pendahuluan. Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, *outline* penelitian dan definisi-definisi utama.
2. Bab II. Telaah Pustaka dan Pengembangan Model Penelitian. Bab ini berisi uraian tentang faktor internal perusahaan yang terdiri dari karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor, karakteristik

produk dan kinerja ekspor dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, hipotesis.

3. Bab III. Metode Penelitian. Bab ini berisi desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.
4. Bab IV. Analisis Data. Bab ini berisi pemaparan tentang gambaran umum obyek penelitian, proses dan hasil analisis data serta pengujian hipotesis penelitian.
5. Bab V. Kesimpulan dan Implikasi Kebijakan. Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan hipotesis masalah penelitian, implikasi pada kebijakan manajemen, keterbatasan penelitian dan agenda untuk penelitian mendatang.

### **1.5 Definisi-definisi Utama**

1. *Kegiatan Ekspor* dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan penjualan produknya keluar negeri baik secara langsung ataupun tidak langsung.
2. *Kinerja ekspor* dapat didefinisikan sebagai tingkatan dari tujuan perusahaan baik secara ekonomi dan strategi dengan melakukan ekspor produknya kepasar luar negeri, yang dicapai melalui perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran ekspor, yang dapat dikonsepsualisasikan dan dioperasionalkan dalam banyak cara (Diamantopoulos and schlegelmich, 1994 dalam Lages dan Melewar, 1999),

3. *Karakteristik perusahaan* adalah atribut yang melekat pada sebuah perusahaan yang terdiri dari berbagai dimensi yaitu, kemampuan perusahaan, unit ekspor terpisah, perencanaan usaha tertulis dan pengalaman ekspor perusahaan.
4. *Komitmen ekspor* adalah atribut yang melekat pada manajemen perusahaan yang terdiri dari 4 dimensi yaitu, pentingnya kegiatan ekspor, dukungan ekspor dan jumlah pegawai dalam pelaksanaan ekspor dan perencanaan dan pengawasan ekspor
5. *Strategi ekspor* adalah atribut yang melekat pada kegiatan ekspor perusahaan yang terdiri dari dimensi yaitu; strategi pemilihan distributor (*distributor strategy*), adaptasi produk (*product adaptation*), adaptasi promosi (*promotion adaptasi*) dan strategi harga (*pricing strategy*).
6. *Karakteristik produk* adalah atribut yang melekat pada sebuah produk yang terdiri dari dimensi yaitu teknologi produk (*product technology*), keunikan yang terdapat dalam produk (*product unique*) / ciri khas produk (*product features*), pengalaman perusahaan terhadap produk (*firm experience with product*), dan, cirikhas budaya (*cultural specificity*).

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL**

#### **2.1 Usaha Kecil dan Menengah**

Gore et al. (1992) dalam Hill, 2001 menyatakan “ Usaha Kecil merupakan sesuatu yang mudah dan dikenal bila dilihat tetapi sulit untuk mendefinisikannya”, sedangkan menurut Storey (1994) dalam Hill, 2001 mencatat tidak ada satu definisi mengenai Usaha Kecil namun secara keseluruhan definisi tersebut dapat diterima, ditambahkan juga bahwa Usaha Kecil dan Menengah bukan merupakan suatu industri di mana memerlukan tingkat kapital yang tinggi, hal ini berarti bahwa Usaha Kecil dan Menengah berhubungan dengan ukuran perusahaan, jumlah pekerja yang ada, tingkat penjualan, keuntungan dan lain sebagainya.

Secara umum definisi mengenai Usaha Kecil dan Menengah masih berdasarkan kepada gambaran yang diberikan oleh Bolton Committee. Bolton committee (1971) dalam Hill, 2001 mengidentifikasikan karakteristik yang penting dari Usaha Kecil dan Menengah yang sangat berpengaruh terhadap manajemen dan pembuatan keputusan didalam Usaha Kecil dan Menengah, mereka membentuk dengan apa yang disebut menurut “economic” definisi yang didalamnya terdapat kriteria sebagai berikut:

1. Usaha Kecil dan Menengah secara relatif memiliki bagian kecil dalam pangsa pasar

2. Usaha Kecil dan Menengah diatur (manage) langsung oleh pemilik atau bagian dari pemilik secara personal, tidak melalui perantara struktur manajemen yang formal.
3. Usaha Kecil dan Menengah berdiri sendiri (independen) tidak merupakan sesuatu yang dibentuk atau bagian dari usaha yang besar.

Dengan segala keterbatasan yang ada pada kenyataannya tidak dapat diragukan bahwa Usaha Kecil dan Menengah memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian. Zimmerer and Scarborough (1994) dalam Hill, 2001 menyatakan bahwa selama 17 tahun belakangan ini banyak sekali Usaha Kecil dan Menengah yang baru diidentifikasi di banyak negara barat sebagai komponen ekonomi yang signifikan dalam membantu lapangan pekerjaan dan dalam menciptakan kemakmuran (Holmund and Kock, 1998; Kuratko and Hodgetts, 1995; Hodgetts and Kuratko, 1995; Birley and Westhead, 1989). dalam Hill, 2001.

Banyak definisi dari Usaha Kecil dan Menengah yang ada di Indonesia. Dari berbagai definisi, penelitian ini akan melihat definisi Usaha Kecil dan Menengah yang didasarkan pada Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (NO.589/MPP/KEP/10/1999) sebagai berikut:

1. **Industri Kecil** adalah suatu kegiatan usaha yang memiliki nilai investasi sampai dengan Rp.200.000.000,- (200 juta) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat

2. **Industri Menengah** adalah usaha industri dengan nilai investasi perusahaan sampai dengan Rp 1.000.000.000.- (1 milyar) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

Selain ketentuan diatas mengenai batasan Usaha Kecil dan Menengah, ada beberapa kriteria yang secara umum mengenai Usaha Kecil dan Menengah yang akan dipakai dalam penelitian ini yaitu;

1. Milik warga negara Indonesia
2. Berdiri sendiri dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha besar.
3. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum dan atau badan usaha yang berbadan hukum.

Menurut *Kebijakan Pembangunan Industri dan Perdagangan Tahun 2001* yang dikeluarkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan Kebijakan Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Industri dan Perdagangan diarahkan pada pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah yang antara lain mencakup :

1. Memberikan prioritas pengembangan komoditi unggulan dengan pendekatan pengembangan klaster sesuai potensi daerah/nasional;
2. Meningkatkan teknologi dan standar UKM ;
3. Meningkatkan kemampuan SDM baik teknis, manajemen dan kewirausahaan
4. Meningkatkan bantuan pemasaran UKM Indag dengan mendirikan Outlet di dalam dan luar negeri dan melakukan promosi investasi;

5. Meningkatkan peran Balai Litbang Industri untuk membantu UKM dalam hal kemampuan penguasaan teknologi proses dan produk
6. Memberdayakan kelompok UKM-Indag di bidang kerjasama internasional
7. Mendorong partisipasi masyarakat profesional (Perbankan, Pembina, LSM, Universitas dan Konsultan) berperan dalam pembinaan UKM ;

Pentingnya peranan Usaha Kecil dan Menengah serta peningkatan ekspor dalam meningkatkan kontribusi serta pemulihan ekonomi di Indonesia telah dinyatakan dalam menyusun rincian program pemulihan perekonomian nasional, melalui 10 upaya pokok percepatan pemulihan ekonomi yaitu:

1. *Memacu pengembangan usaha skala mikro, kecil dan menengah,*
2. *Memacu peningkatan ekspor,*

Pengembangan ekspor dapat dilihat dalam Program Pembangunan Ekonomi Nasional (Propenas) yang mengamanatkan bahwa dalam rangka memacu peningkatan daya saing global salah satu strategi utama, yaitu ***pengembangan ekspor***. Pengembangan ekspor terutama ekspor non migas, baik barang maupun jasa, pada dasarnya merupakan andalan dalam jangka pendek bagi pemulihan ekonomi dan jangka menengah untuk terus meningkatkan perekonomian nasional sekaligus cadangan devisa. Ekspor yang terus meningkat juga merupakan indikator penting dari meningkatnya daya saing. Pengembangan industri berkeunggulan kompetitif sangat penting untuk menghadapi persaingan ketat, baik di pasar dalam negeri maupun pasar ekspor dalam era globalisasi dan liberalisasi perdagangan dunia.

## 2.2 Kegiatan Ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah

Bervariasi pendekatan sehubungan dengan munculnya pertanyaan mengapa perusahaan melakukan kegiatan ekspor dan apa yang menjadi faktor motivasi pada kegiatan tersebut. Salah satunya adalah pendekatan yang menekankan pada persepsi dari pengambilan keputusan terhadap ekspor yang berdasarkan kepada resiko, keuntungan, dan biaya (risk, return and costs) Simpson dan Kujawa (1974) dan Brooks dan Rosson (1982) dalam Pope, 2002. Sedangkan menurut Bilkey (1978) dalam Pope, 2002 kegiatan ekspor merupakan hasil dari perkembangan perusahaan yang didasari kepada dua proses yaitu; rangkaian pembelajaran dan tahapan dalam kegiatan ekspor.

Karagozoglu dan Lindell (1998) dalam Burpitt dan Rondinelli, 2000 mengidentifikasi beberapa hal dimana perusahaan kecil cenderung untuk melakukan kegiatan ekspor, yaitu; bila kesempatan pasar global lebih menjanjikan dibandingkan pasar domestik, bila perusahaan menerima permintaan pembeli yang potensial dari luar negeri, bila perusahaan mendeteksi adanya penawaran yang tidak cukup didalam negeri. Sekalipun alasan ekonomi berperan dalam perusahaan kecil untuk namun menurut Burpitt dan Rondinelli (2000) keputusan ekspor tersebut tidak terlepas dari finansial, manajerial dan alasan ketidak pastian lainnya yang memberikan pertimbangan untuk melakukan ekspor. Banyak alasan serta motivasi yang menjadi alasan perusahaan kecil untuk melakukan ekspor, namun secara keseluruhan motivasi tersebut oleh Czinkota dan Tesar (1982) dalam Pope, 2002 dikategorikan kedalam dua kelompok proaktif (*proactive*) dan reaktif (*reactive*). Proaktif didasarkan kepada “situasi internal



perusahaan” dan reaktif didasarkan pada perilaku perusahaan dalam merespon perubahan dari luar atau lingkungan. Menurut Albaum et al (1994) dalam Pope, 2002 yang faktor internal proaktif seperti keunggulan produk dan teknologi merupakan rangsangan ekspor yang penting bagi usaha kecil. Kemudian Czinkota et al.,(1998) dalam Pope, 2002 mengembangkan tujuh alasan proaktif dan enam alasan reaktif mengapa perusahaan melakukan kegiatan ekspor yaitu; proaktif (1) karena pasar internasional memiliki potensi yang lebih besar terhadap peningkatan keuntungan, (2) keunikan produk, (3) produk memiliki keunggulan teknologi dibandingkan pesaing, (4) perusahaan memiliki pengetahuan yang khusus mengenai pasar tujuan ekspor, (5) manajer (pemilik) mudah untuk menjadi bagian dari internasional, (6) manajemen ingin mendapatkan keunggulan dari keuntungan pajak yang mereka dapatkan, (7) manajemen percaya perusahaan dapat mencapai skala ekonomi dengan kegiatan ekspor. Sedangkan reaktif yaitu; (1) perusahaan melakukan kegiatan ekspor karena takut kehilangan kesempatan pasar luar negeri, (2) perusahaan kelebihan produksi dan memerlukan pasar baru, (3) perusahaan melakukan ekspor karena penurunan pasar domestik, (4) perusahaan melakukan ekspor karena memiliki kapasitas yang ada, (5) perusahaan melakukan ekspor karena pasar domestik telah terpenuhi, (6) perusahaan melakukan ekspor karena dekat dengan pasar luar negeri dan pelabuhan.

### 2.3 Pengukuran Kinerja Ekspor

Menurut Lages & Shaw, 1998 dalam Lages dan Melewar, 1999 dalam kondisi kegiatan usaha yang mendunia saat ini kinerja merupakan petunjuk yang digunakan oleh perusahaan untuk menganalisis tingkat kesuksesan, baik didalam negeri maupun di lingkungan internasional.

Cavusgil & Zou (1994) mengemukakan bahwa Kinerja ekspor dapat didefinisikan sebagai tingkatan dari tujuan perusahaan baik secara ekonomi dan strategi dengan melakukan ekspor produknya kepasar luar negeri, yang dicapai melalui perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran ekspor.

Dua model secara prinsip dalam melihat kinerja ekspor meliputi pengukuran secara finansial dan non-finansial (Zou and Stan, 1998). Pada saat penggunaan variabel non finansial masih jarang digunakan penggunaan variabel finansial sangat populer (Evangelista, 1994) dalam Lages dan Melewar, 1999 digunakan dalam penelitian untuk mengukur kinerja ekspor. Pengukuran kinerja ekspor secara finansial dapat dibagi kedalam statis (seperti *export intensity*, *export sales*, *export profit*) dan dinamis (seperti *export sales growth*, *export profit growth*)

Evangelista, 1994; Katsikeas, Piercy, and Ionnidis, 1996 dalam Lages dan Melewar, 1999 mengemukakan terdapat beberapa keterbatasan apabila pengukuran kinerja ekspor hanya menggunakan pengukuran secara finansial yaitu; (1) kunci keterbatasan adalah bahwa secara nyata beberapa variabel seperti *export intensity* dan *export profit intensity* bergantung kepada kinerja perusahaan secara keseluruhan tidak hanya pada kinerja ekspor (2) para manajer tidak hanya

menggunakan pengukuran finansial terhadap kinerja ekspor tetapi juga dengan mengevaluasi secara subyektif, (3) para manajer ekspor mungkin tidak menginginkan merespon secara efisien dengan hanya nilai yang mutlak dan (4) banyak permasalahan yang terjadi dalam membandingkan antara industri, perusahaan dan produk.

Sehubungan dengan beberapa keterbatasan penggunaan pengukuran finansial telah menyebabkan peningkatan dalam penggunaan pengukuran non-finansial dalam beberapa tahun terakhir (Lages, 2000).

Pengukuran finansial dan non finansial dapat dioperasikan sesuai apakah kita menggunakan bagian obyektif atau subyektif (Evangelista, 1994) dalam Lages dan Melewar, 1999. Pengukuran finansial (seperti *sales, profit, market share*) telah menyatu dengan bagian obyektif, pengukuran non finansial (seperti tingkat kepuasan, *goal achievement*, dan kesuksesan) di satukan dengan bagian subyektif (seperti, persepsi para manajer )

Bonoma dan Clark's (1988), Aaby dan Slater's (1989) dalam Lages dan Melewar, 1999, telah menunjukkan bukti-bukti yang mendukung ketangguhan dan validitas pengukuran secara subyektif untuk mengukur kinerja ekspor. Sebagai contoh "*satisfaction*" merupakan subyek yang diukur yang menjadi paling sering digunakan pada saat ini pada tingkatan ekspor. Dengan menggunakan ukuran yang subyektif seperti kepuasan manajer dapat mengevaluasi kinerja ekspor dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti, kemampuan menanggapi peluang ekspor yang ada, perbedaan antara kinerja ekspor perusahaan dengan kinerja ekspor perusahaan keseluruhan, meskipun

demikian dengan mengukur kepuasan kita dapat mengukur efektifitas program pemasaran sebagai kesesuaian dan ketidak sesuaian antara apa yang manajemen harapkan terhadap hasil secara nyata yang bertambah dari program (Bonoma & Clarke, 1988:64) dalam Lages dan Melewar, 1999.

Matthyssens and Pauwels (1996) dalam Zou dan Stan, 1998 menyajikan tiga ukuran yang dapat dilakukan untuk mengukur kinerja ekspor yaitu; (1) pengukuran secara finansial seperti penjualan (*sales*), keuntungan (*profit*) dan pertumbuhan (*growth*), (2) pengukuran non finansial seperti keberhasilan (*perceived success*), kepuasan (*satisfaction*), pencapaian tujuan (*goal achievement*) dan (3) pengukuran skala gabungan.

Cameron (1986) dalam Lages dan Melewar, 1999 juga menganjurkan untuk menggunakan pengukuran yang multipel. Dimana dalam melakukan pengukuran kinerja ekspor dilakukan melalui pengukuran finansial dan non-finansial baik secara obyektif dan secara subyektif. Penggunaan pengukuran secara obyektif dan subyektif juga dianjurkan oleh Cavusgil & Zou (1994) yang dalam pengukurannya yaitu: pencapaian tujuan, penjualan ekspor, keuntungan ekspor, dan persepsi keberhasilan manajemen.

Unsur dalam pengukuran kinerja ekspor berdasarkan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel. 2.1

Berdasarkan pada penjelasan diatas maka dalam penelitian ini pengukuran kinerja ekspor akan dilakukan dengan melakukan pengukuran secara finansial dan non-finansial ini agar meliputi keseluruhan aspek yang terdapat dalam kinerja ekspor, terutama seperti yang disarankan oleh Cavusgil and Zou, 1994 dan

Matthyssens and Pauwels (1996) dalam Zou dan Stan, 1998, maka dimensi kinerja ekspor dalam penelitian ini akan dilihat melalui yaitu; (1) penjualan ekspor, (2) keuntungan ekspor, (3) kepuasan pencapaian tujuan ekspor dan (4) keseluruhan kinerja ekspor.

**Tabel 2.1**

**Pengukuran Kinerja Ekspor**

| <b>Pengukuran Finansial</b>       | <b>Penelitian</b>   |
|-----------------------------------|---|
| Penjualan ekspor                  | Ito dan pucik, 1993; kaynak dan Kuan, 1993; Lee dan Yang, 1990; madsen, 1989; Samiee dan Roth, 1992 |
| Keuntungan ekspor                 | Cavusgil dan Zou, 1994; Kaynak dan Kuan, 1993;; Seifert dan Ford, 1989; Shoham, 1996                |
| <b>Pengukuran Non - finansial</b> | <b>Penelitian</b>   |
| Kepuasan ( <i>Satisfaction</i> )  | Evangelista, 1994; Patterson, Cicic dan Shoham, 1997; Shoham, 1996                                  |
| Kinerja ekspor keseluruhan        | John cadogan, Adamantios Diamantopoulos & Judy Siguaw, 1999   |

Sumber:

(Ito dan pucik, 1993; Lee dan Yang, 1990; madsen, 1989; Samiee dan Roth, 1992, Cavusgil dan Zou, 1994; Kaynak dan Kuan, 1993; Seifert dan Ford, 1989; Shoham, 1996, Evangelista, 1994; Patterson, Cicic dan Shoham, 1997, John cadogan, Adamantios Diamantopoulos & Judy Siguaw, 1999) dalam Lages dan Melewar, 1999

## 2.4 Pengaruh Faktor Internal Terhadap Kinerja Ekspor

Lages dan Melewar, 1999 menjelaskan sewaktu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja ekspor menjadi studi yang ekstensif, faktor-faktor internal dianggap sesuatu yang tidak ada atau diabaikan. Keberhasilan kegiatan ekspor yang dilihat melalui kinerja ekspor tidak terlepas dari faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja tersebut, Telah dijelaskan sebelumnya Zou dan Stan (1998) mengklasifikasikan hal-hal internal perusahaan yang berpengaruh

terhadap kinerja ekspor berdasarkan kepada teori sumber daya di dalam perusahaan sebagai internal. Secara spesifik teori berdasarkan sumberdaya menyatakan bahwa perusahaan memiliki keunikan yaitu tangible dan intangible sumberdaya (asset, capabilities, processes, managerial attributes, information dan knowledge) yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang dapat digunakan dalam menerapkan strategi dalam mencapai efisiensi dan efektifitas

Pengaruh faktor-faktor internal yang dilihat dalam Usaha Kecil dan Menengah tentunya berbeda dengan perusahaan yang besar, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Peter GP Walters dan Saeed Samiee (1990) yang mengukur kinerja ekspor pada eksportir kecil yang ada di Amerika mengemukakan faktor internal yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil diantaranya adalah komitmen ekspor (*export commitment*) dan strategi ekspor (*export strategy*), demikianpun penelitian yang dilakukan oleh Beamish, Craig, and McMellan, 1993, dalam penelitiannya membandingkan antara karakteristik kinerja antara eksportir kecil dan menengah di Kanada dan UK (United Kingdom), variabel internal yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor dalam penelitiannya adalah, komitmen terhadap ekspor (*export commitment*), karakteristik produk (*product characteristics*), Sedangkan menurut Bijmolt 1994 yang meneliti pengaruh faktor internal dalam keberhasilan ekspor Usaha Kecil dan Menengah di Belanda juga mengatakan faktor internal yang berpengaruh salah satunya adalah karakteristik perusahaan (*firm characteristic*).

Dari penjelasan diatas maka dalam penelitian ini yang menjadi faktor-faktor internal perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor adalah

1. Karakteristik perusahaan (*firm characteristics*)
2. Komitmen ekspor (*export commitment*)
3. Strategi ekspor (*export Strategy*)
4. Karakteristik produk (*product characteristics*)

Berdasarkan kepada beberapa penelitian yang telah dilakukan, beberapa faktor-faktor internal yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor dapat disimpulkan dengan melihat tabel 2.2. Temuan ini dapat juga digunakan untuk membangun hipoitiesis yang berhubungan secara spesifik dalam membantu oprasionalisasi model.

**Tabel 2.2**

**Faktor Internal dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Ekspor**

|                                 | Pengukuran Unit<br>Variabel Independen | Hasil | Penelitian   |
|---------------------------------|--|-------|--|
| <b>Karakteristik Perusahaan</b> |  |       |  |
| a)                              | Kemampuan perusahaan                   | +     | Cavusgil dan Zou, 1994, Zou & Stan (1998)                    |
| b)                              | Unit ekspor terpisah                   | +     | Beamish, Karavis, Goerzen, Lane, 1999                        |
| c)                              | Perencanaan usaha tertulis             | +     | Bijmolt & Zwart 1994   |
| d)                              | Pengalaman ekspor perusahaan           | +     | Bijmolt & Zwart 1994, Cavusgil dan Zou, 1994                 |
| <b>Komitmen Ekspor</b>          |  |       |  |
| a)                              | Pentingnya ekspor                      | +     | Peter GP and Saeed Samiee, 1990                              |
| b)                              | Dukungan ekspor                        | +     | Beamish, Craig, dan Mc Mellan, 1993; Cavusgil dan Zou, 1994; |
| c)                              | Jumlah staf dalam pelaksanaan ekspor.  | +     | Beamish, Craig, dan McMellan, 1993                           |
| d)                              | Perencanaan & pengawasan ekspor        | +     | Katsikeas, et al (1996)                                      |

| Strategi Ekspor      |   |   |  |
|----------------------|---|---|--|
| a)                   | Pemilihan distributor ( <i>distributor strategy</i> ),                        | + | Beamish, Craig, dan McMellan, 1993, Cavusgil dan Zou, 1994 |
| b)                   | Strategi harga ( <i>pricing strategy</i> )                                    | + | Beamish, Craig, dan McMellan, 1993, Cavusgil dan Zou, 1994 |
| c)                   | Adaptasi produk   | + | Cavusgil dan Zou, 1994                                     |
| d)                   | Adaptasi promosi  | + | Cavusgil dan Zou, 1994                                     |
| Karakteristik Produk |   |   |  |
| a)                   | Teknologi produk  | + | Beamish, Craig, dan McMellan, 1993                         |
| b)                   | Keunikan (ciri khas) produk   | + | Beamish, Craig, dan McMellan, 1993, Cavusgil dan Zou, 1994 |
| c)                   | Pengalaman perusahaan terhadap produk ( <i>firm experience with product</i> ) | + | Cavusgil dan Zou, 1994                                     |
| d)                   | Spesifikasi budaya ( <i>cultural specificity</i> )                            | + | Cavusgil dan Zou, 1994                                     |

Sumber : Beamish, Craig, dan Mc Mellan, 1993; Cavusgil dan Zou, 1994; Beamish, Karavis, Goerzen, Lane, 1999 Peter GP and Saeed Samiee, 1990

#### 2.4.1 Karakteristik Perusahaan

Katsikeas, et al (1996) menyatakan terdapat tiga faktor fundamental alasan ukuran perusahaan berhubungan positif terhadap kinerja dan perilaku perusahaan dalam pasar ekspor, yaitu sumber daya organisasi, skala ekonomi dan persepsi terhadap resiko dalam aktivitas internasional. Keunggulan-keunggulan yang berkaitan dengan ukuran sering dilihat dalam ciri-ciri atau karakteristik perusahaan.

Bijmolt and Peter S. Zwart (1994) dalam penelitiannya mengenai pengaruh faktor internal terhadap keberhasilan ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah di Belanda. Dalam penelitian ini yang menjadi faktor internal adalah karakteristik perusahaan (*firm characteristics*) yang dapat berpengaruh terhadap keberhasilan ekspor. Dalam penelitiannya karakteristik perusahaan dapat diukur melalui beberapa hal diantaranya adalah apakah perusahaan memiliki



perencanaan usaha yang dinyatakan dalam tulisan. Bijmolt and Peter S. Zwart (1994) juga mengatakan bahwa lamanya pengalaman perusahaan dalam melakukan kegiatan ekspor (*export experience*) merupakan salah satu ukuran yang digunakan untuk menentukan karakteristik perusahaan.

Aaby dan Slater's, (1989) dalam Lages dan Melewar, 1999 dalam penelitiannya juga menggunakan karakteristik perusahaan sebagai salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor, dimana karakteristik perusahaan dilihat dari adalah dari segi kepemilikan usaha, dimana bentuk dan model kepemilikan perusahaan akan berpengaruh terhadap kebijakan yang akan diambil oleh manajemen akan berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam melakukan kegiatan ekspor.

Selain itu penelitian yang menggunakan karakteristik perusahaan dan kemampuannya sebagai faktor yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor adalah Cavusgil & Zou's (1994) yang meneliti eksportir di Amerika menemukan bahwa kemampuan perusahaan berpengaruh terhadap kinerja ekspor. Sehubungan dengan penelitian tersebut, kemampuan perusahaan (*firm competence*) tergabung dari beberapa faktor: diantaranya adalah jumlah karyawan tetap keseluruhan dan sumberdaya perusahaan lainnya yang dapat mengembangkan aktivitas ekspor, dan juga pengalaman internasional perusahaan dan lamanya perusahaan terlibat dalam bisnis internasional (*international competence*). Kemampuan perusahaan, baik kemampuan internasional maupun seluruh kemampuan bisnis (kuatnya posisi pasar, kuatnya sumber daya manusia, kuatnya kapabilitas fungsional) terlihat

UPT-PUSTAK-UNDIP

menjadi faktor penting dalam menentukan kinerja ekspor (Aaby & Slater, 1989) dalam Lages dan Melewar, 1999.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Cavusgil dan Kirpalani's (1993) terhadap eksportir di Amerika, Kanada dan Jepang perusahaan kecil dan menengah lebih berhasil dibandingkan dengan perusahaan besar untuk beberapa alasan. Pertama; mereka selalu lebih commite untuk ekspor. Kedua; mereka lebih berkonsentrasi dalam celuk pasar yang spesifik, untuk menghindari kompetisi dengan eksportir yang lebih besar,

Beamish, Karavis, Goerzen, Lane, (1999) dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa karakteristik perusahaan dapat dilihat dari organisasi perusahaan yang memiliki bagian tersendiri (*unit department*) yang melakukan kegiatan ekspor yang terpisah akan berpengaruh terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah yang berhasil di Australia

Berdasarkan dari penjelasan di atas, dapat diperoleh hipotesis, sebagai berikut :

*H1 : Terdapat pengaruh positif antara karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor*

#### **2.4.2 Komitmen Ekspor**

Didalam literatur mengenai kegiatan ekspor, komitmen manajemen sering diidentifikasi sebagai salah satu faktor utama yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor. Dalam kasus-kasus eksportir kecil dan menengah komitmen para manajer dalam kegiatan ekspor merupakan hal yang secara khusus memiliki kekuatan berpengaruh terhadap proses pengembangan dan keberhasilan

ekspor. Pada dasarnya hal ini disebabkan karena keterbatasan sumberdaya yang ada dalam Usaha Kecil dan Menengah. Keterlibatan komitmen manajemen dalam kegiatan ekspor merupakan hal yang penting dan dapat dianggap sebagai faktor keberhasilan ekspor dalam Usaha Kecil dan Menengah. Pengaruh positif antara komitmen ekspor dan keberhasilan ekspor didasarkan kepada penelitian yang dilakukan oleh Tookey (1964) dalam Beamish, Craig, and McLellan, 1993 terhadap U.K.Hosiery industry. Ini merupakan penelitian yang pertama kali dilakukan dengan menghubungkan antara ekspor komitmen dan keberhasilan ekspor. Menurut Tookey bahwa komitmen manajemen untuk melakukan ekspor merupakan hasil dari pemerintah dan tekanan publik terhadap perusahaan tersebut untuk bersikap lebih berani.

Beamish, Craig, and McLellan, 1993; Cavusgil & Zou, 1994; melihat pada komitmen sebagai prediksi terhadap kinerja ekspor. Beamish, Craig, and McLellan's (1993) mensurvey 197 eksportir British dan Kanada, studi ini melihat ekspor komitmen ke dalam beberapa hal diantaranya banyaknya staf yang terlibat dalam kegiatan ekspor (*Number of staff in export*) sebagai salah satu faktor untuk melihat komitmen ekspor pada perusahaan.

Cavusgil dan Zou (1994) menyatakan bahwa komitmen manajemen yang tinggi mendorong perusahaan secara agresif mengejar peluang pasar ekspor dan strategi pemasaran ekspor efektif untuk meningkatkan kinerja ekspor (*export support*). Komitmen ekspor juga mempengaruhi ukuran-ukuran non finansial dari kinerja ekspor termasuk keberhasilan ekspor, kepuasan dan pencapaian tujuan. Katsikeas et al (1996) menyatakan bahwa komitmen manajerial terhadap aktifitas

ekspor memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku ekspor dan keberhasilan perusahaan, hal ini terlihat dalam penelitiannya yang memasukkan variabel ekspor komitmen yang berpengaruh langsung terhadap kinerja ekspor. Ekspor komitmen oleh Katsikeas et al (1996) diukur melalui beberapa hal diantaranya adalah dengan perencanaan dan pengawasan ekspor (*export planning and control*) yang dilakukan oleh perusahaan.

Peter GP and Saeed Samiee, 1990 melakukan pengukuran kinerja yang dilakukan terhadap kinerja ekspor Usaha Kecil di Amerika juga menyatakan bahwa ekspor komitmen merupakan salah satu variabel yang dipakai dalam mengukur kinerja ekspor pada usaha kecil. Pengukuran ekspor komitmen dilakukan dengan melihat kepada pentingnya ekspor (*export importance*) dilakukan oleh perusahaan

Berdasarkan dari penjelasan di atas, dapat diperoleh hipotesis, sebagai berikut :

*H2 : Terdapat pengaruh positif antara komitmen ekspor terhadap kinerja ekspor*

### **2.4.3 Strategi Ekspor**

Salah satu sumber yang dimiliki oleh Usaha Kecil dan Menengah dan memiliki implikasi yang signifikan terhadap kinerja ekspor adalah ekspor strategi, Aaby dan Slater (1989) dalam Peter GP and Saeed Samiee, 1990 menyatakan bahwa kinerja ekspor secara langsung dipengaruhi oleh strategi bisnis, demikian juga yang dikemukakan oleh Namiki (1988) dalam Peter GP and Saeed Samiee, 1990 menjelaskan pentingnya strategi-strategi perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja khususnya perusahaan kecil. Secara khusus strategi ini

bersumber kepada hal penting yang menjadi dasar strategi bersaing bagi perusahaan yang dikemukakan oleh Porter (1980) dalam Peter GP and Saeed Samiee, 1990 . Namun demikian tidak semua dasar strategi bersaing tersebut dapat dilaksanakan menurut Peter GP Walters (1990) mengemukakan “Cost leadership” sebagai strategi bersaing merupakan hal umum yang akan dicapai oleh perusahaan dan keunggulan proses teknologi (*technology leadership*) yang dalam Usaha Kecil dan Menengah sulit untuk dilakukan karena masih adanya batasan – batasan sumber daya .

Diferensiasi strategi telah dikenal sebagai strategi yang paling tepat dalam perusahaan baru (Sandberg, 1986) dalam Peter GP and Saeed Samiee, 1990 dan hal yang tepat dilakukan oleh eksportir kecil. Namiki, 1988 dalam Peter GP and Saeed Samiee, 1990 mengemukakan bahwa strategi adaptasi produk (*product adaptation*) atau produksi produk-produk khusus bagi permintaan pasar yang lebih sempit lebih berhasil bagi eksportir kecil dan menengah. Hal ini juga dikemukakan oleh Cavusgil & Zou, 1994 yang memasukkan adaptasi produk (*product adaptation*) sebagai salah satu unsur strategi ekspor.

Hubungan antara strategi ekspor dan kinerja ekspor telah diteliti dan banyak menghasilkan tulisan yang menjelaskan keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam kegiatan ekspor. Cavusgil dan Zou (1994) mencoba mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang menyumbangkan keberhasilan pemasaran ekspor, strategi ekspor diartikan sebagai respon perusahaan dan memainkan kekuatan internal dan eksternalnya untuk mencapai tujuan perusahaan

dalam aktifitas ekspor. Hal ini melibatkan seluruh aspek konvensional perencanaan pemasaran termasuk produk, promosi, harga dan distribusi.

Cavusgil dan Zou (1994), dalam penelitiannya melihat strategi ekspor melalui beberapa indikator diantaranya yaitu: strategi pemilihan distributor (*distributor strategy*), adaptasi promosi (*promotion adaptation*), strategi harga (*pricing strategy*) dan adaptasi produk (*product adaptation*). Menentukan distributor (*distribution selection*) sebagai salah satu strategi ekspor juga dikemukakan oleh Beamish dan Craig (1993) yang melakukan penelitian pada Usaha Kecil dan Menengah sebagai salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor, menurut Cavusgil 1994 strategi harga yang digunakan Bijmolt dan Craig (1993) dalam penelitiannya adalah dengan menetapkan dan penggunaan harga yang bersaing, demikian juga dalam penelitian Zwart (1994) yang memasukkan kebijaksanaan harga (*pricing policy*) dalam perencanaan ekspor yang berpengaruh terhadap keberhasilan ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

*H3 : Terdapat pengaruh positif antara strategi ekspor terhadap kinerja ekspor*

#### **2.4.4 Karakteristik Produk**

Zou dan Stan (1998) mengemukakan bahwa karakteristik produk dan kekuatan produk dianggap sebagai dua faktor penting yang menentukan penjualan, pertumbuhan dan keuntungan ekspor. Hal ini dapat dijelaskan karena produk yang diadaptasi dapat memuaskan kebutuhan konsumen asing lebih baik

dan produk yang kuat memudahkan perusahaan untuk memasarkan produknya ke pasar asing. Pengaruh karakteristik produk terhadap kinerja ekspor merupakan satu wilayah dimana penelitian lebih dikembangkan.

Beamish, Craig, dan McLellan's (1993) studi terhadap Usaha Kecil dan Menengah eksportir di Kanada, memakai variabel karakteristik produk sebagai salah satu variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap intensitas ekspor. Karakteristik produk dilihat melalui beberapa indikator, diantaranya adalah teknologi produk (*product technology*) yang digunakan dalam menghasilkan produk dan juga keunikan yang terdapat dalam produk (*product unique*) akan mempengaruhi intensitas ekspor bagi para eksportir Kanada.

Cavusgil and Zou (1994) melihat karakteristik produk melalui beberapa faktor, diantaranya yaitu : pengalaman perusahaan terhadap produk (*firm experience with product*), ciri khas produk (*product features*) dan, spesifikasi budaya (*cultural specificity*). Pengalaman serta keahlian perusahaan terhadap produk terwujud dari lamanya perusahaan memproduksi produk tersebut dengan kata lain berapa lama umur dari produk yang dihasilkan perusahaan. Dalam penelitiannya Cavusgil (1994) juga menyatakan bahwa keunikan produk serta harga per unit produk juga merupakan hal yang akan memberikan ciri khas terhadap produk yang dihasilkan, sedangkan nilai seni budaya yang terkandung didalam produk merupakan indikator yang akan memberikan spesifikasi budaya yang terdapat dalam produk.

*H4 : Terdapat pengaruh positif antara karakteristik produk terhadap kinerja ekspor*

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Secara kesimpulan beberapa hasil penelitian terdahulu dapat dilihat dalam tabel di bawah ini :

**Tabel 2.3**  
**Penelitian Terdahulu**

| Judul<br>(Pengarang, Tahun)   | Studi  | Alat Analisis                 | Hasil  |
|---|--|-------------------------------|--|
| Peter GP Walters dan Saeed Samiee, Penelitian terhadap Usaha Kecil di Amerika (1990)              | Menguji Faktor internal yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dengan menggunakan variabel komitmen ekspor, <i>Export administratif arrangement</i> dan strategi ekspor                                   | Multipel regresi              | Terdapat hubungan yang signifikan terhadap kinerja ekspor dari setiap independen variabel  |
| Paul W Beamish / Ron Craig / Kerry McLellan, Management International Review, 1993                | Menguji hubungan antara letak geografis, komitmen ekspor, pemilihan distributor dan kegiatan pemasaran, dan karakteristik produk terhadap kinerja ekspor ( <i>sales, profitability</i> ) . antara kedua negara Canada dan UK | Multiple Regressi on Analysis | Dari hasil pengujian komitmen ekspor memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja ekspor. Karakteristik produk hasilnya juga memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja ekspor |
| ST Cavusgil & Shaoming Zou, 1994, Penelitian mengenai kinerja ekspor di Amerika                   | Melakukan penelitian mengenai kinerja ekspor yang dipengaruhi oleh variabel karakteristik perusahaan dan karakteristik produk melalui strategi pemasaran ekspor  | Path analysis                 | variabel pemasaran, kemampuan perusahaan komitmen management berpengaruh pada kinerja ekspor, dan strategi pemasaran ekspor dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan dan produk       |
| Tammo H>A Bijmolt and Peter S. Zwart), 1994, Penelitian pada Usaha Kecil dan Menengah di Belanda. | Menguji hubungan antara karakteristik perusahaan yang berpengaruh terhadap keberhasilan ekspor melalui tiga faktor kebijakan ekspor yaitu struktur organisasi, perilaku ekspor, dan perencanaan ekspor                       | Regressi on Analysis          | Terdapat hubungan yang signifikan terhadap kinerja ekspor dari setiap independen variabel  |



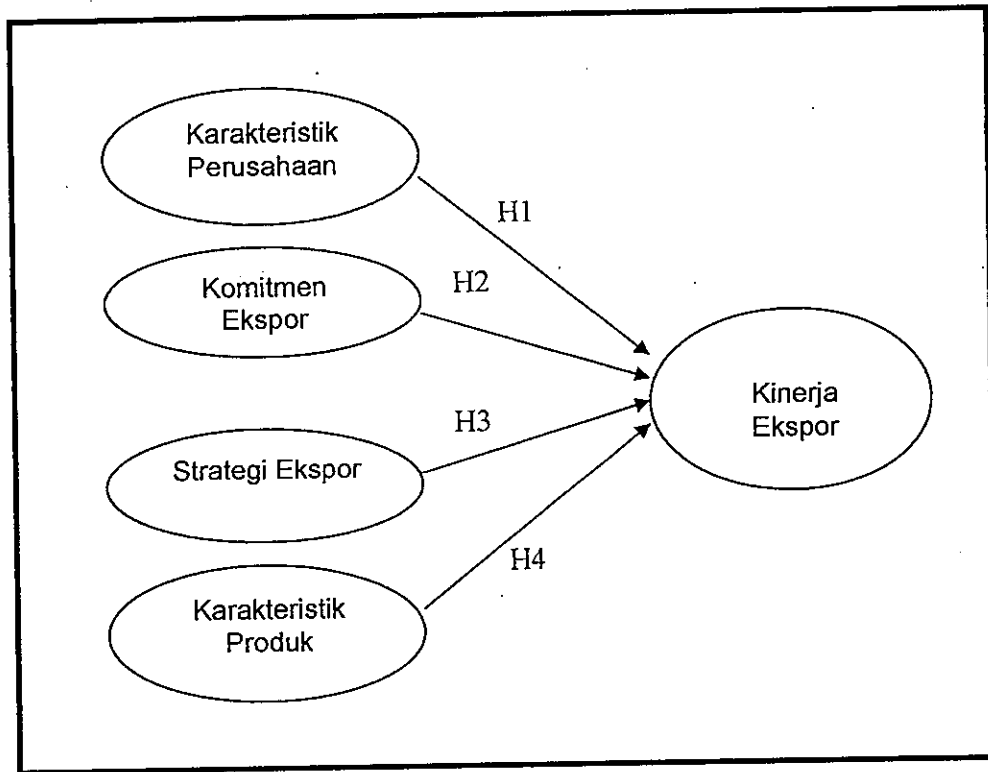
Berdasarkan penelitian terdahulu penelitian ini mencoba untuk menggabungkan beberapa variabel yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah yaitu karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk. *Variabel Karakteristik perusahaan* diambil berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bijmolt and Peter S. Zwart (1994) mengenai pengaruh faktor internal terhadap keberhasilan ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah di Belanda. *Variabel komitmen ekspor* diambil berdasarkan penelitian Beamish, Craig, and McMellan, 1993, dalam penelitiannya pada eksportir kecil dan menengah di Kanada dan UK (United Kingdom), dan penelitian yang dilakukan oleh Peter GP Walters dan Saeed Samiee (1990) yang mengukur kinerja ekspor pada eksportir kecil di Amerika. *Variabel Strategi ekspor* diambil berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Cavusgil dan Zou (1994), Beamish and Craig (1993), Zwart (1994) dan Peter GP Walters dan Saeed Samiee (1990) yang mengukur kinerja ekspor pada eksportir kecil di Amerika. Sedangkan *variabel karakteristik produk* diambil berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Beamish, Craig, and McMellan, 1993, dan Cavusgil and Zou (1994).

## **2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis.**

Berdasarkan hasil telaah pustaka mengenai faktor-faktor internal perusahaan yaitu karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, Strategi ekspor, karakteristik produk dan kinerja ekspor, maka kerangka pemikiran teoritis yang mendasari penelitian ini terlihat seperti pada gambar berikut ini :

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber:

H1 : Seifert dan Ford. 1989, Bijmolt & Zwart 1994, Cavusgil dan Zou, 1994, Zou & Stan (1998), Beamish, Karavis, Goerzen, Lane, 1999

H2 : Peter GP and Saeed Samiee, 1990 Beamish, Craig, dan Mc Mellan, 1993; Cavusgil dan Zou, 1994 Katsikeas, et al (1996)

H3 : Beamish, Craig, and Mc Mellan, 1993; Cavusgil and Zou, 1994;; Peter GP Walters (1990), Namiki, 1988

H4 : Beamish, Craig, and McMellan, 1993, Cavusgil dan Zou, 1994

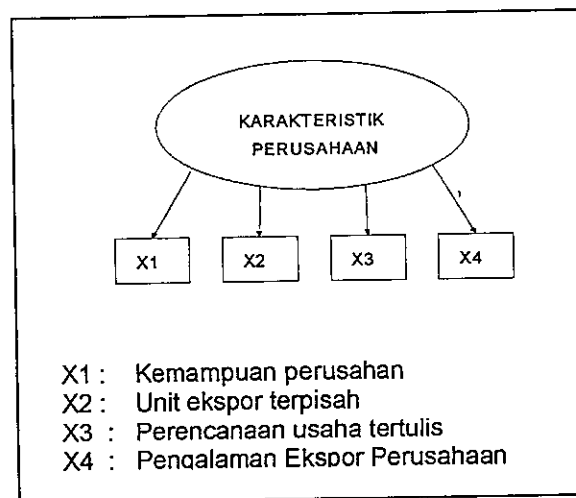
## 2.7 Hipotesis Penelitian

- H1 : *Terdapat pengaruh positif antara karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor*
- H2 : *Terdapat pengaruh positif antara komitmen ekspor terhadap kinerja ekspor*
- H3 : *Terdapat pengaruh positif antara strategi ekspor terhadap kinerja ekspor*
- H4 : *Terdapat pengaruh positif antara karakteristik produk terhadap kinerja ekspor*

## 2.8 Dimensionalisasi Variabel

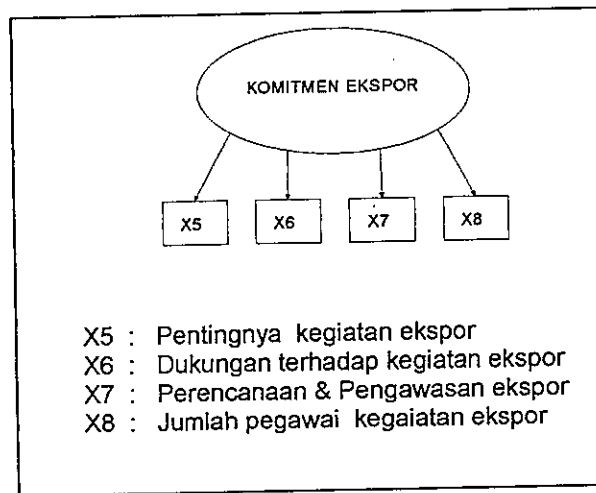
Variabel *karakteristik perusahaan* dibentuk oleh empat indikator yaitu kemampuan perusahaan, unit ekspor terpisah, perencanaan usaha tertulis dan pengalaman ekspor perusahaan seperti dalam gambar berikut ini:

**Gambar 2.2**  
**Dimensi –dimensi dari Variabel Karakteristik Perusahaan**



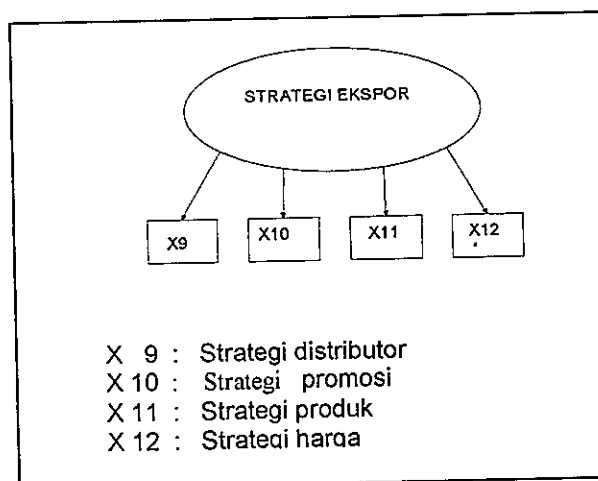
Variabel *komitmen ekspor* dibentuk oleh empat indikator yaitu pentingnya ekspor, dukungan ekspor, perencanaan dan pengawasan dan jumlah karyawan dalam kegiatan ekspor , seperti terlihat dalam gambar berikut ini:

**Gambar 2.3**  
**Dimensi – dimensi dari Variabel Komitmen Ekspor**



Variabel *Strategi ekspor* dibentuk oleh indikator yaitu strategi pemilihan distributor (*distributor strategy*), adaptasi produk (*product adaptation*), adaptasi promosi (*promotion adaptasi*) dan strategi harga (*pricing strategy*) seperti terlihat dalam gambar sebagai berikut:

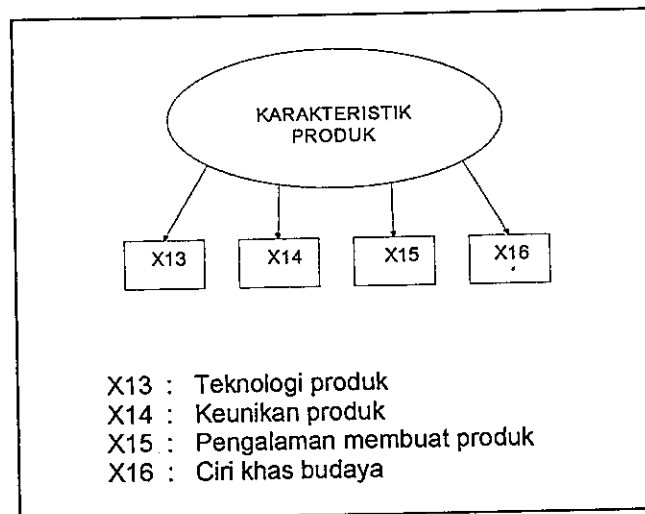
**Gambar 2.4**  
**Dimensi – dimensi dari Variabel Strategi Ekspor**



Variabel karakteristik produk dibentuk oleh empat indikator yaitu teknologi produk (*product technology*), keunikan yang terdapat dalam produk (*product unique*) / ciri khas produk (*product features*), pengalaman perusahaan terhadap produk (*firm experience with product*), dan, kekhususan budaya (*cultural specificity*) seperti terlihat dalam gambar berikut ini:

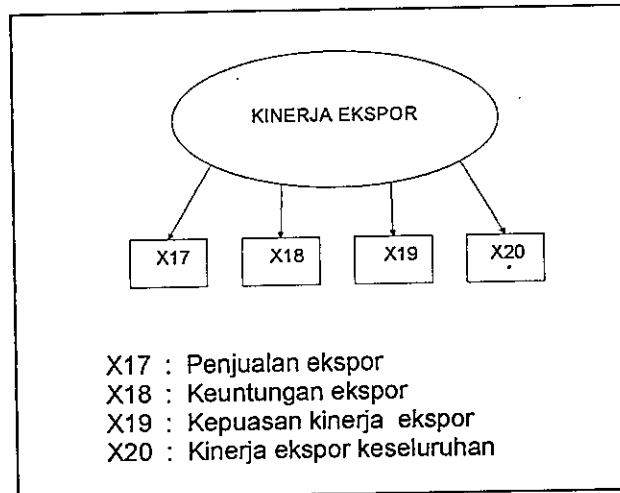
**Gambar 2.5**

**Dimensi – dimensi dari Variabel Karakteristik Produk**



Variabel kinerja ekspor dibentuk oleh empat indikator yaitu penjualan ekspor, keuntungan ekspor, kepuasan ekspor, dan kinerja ekspor keseluruhan seperti terlihat dalam gambar berikut ini:

**Gambar 2.6**  
**Dimensi – dimensi dari Variabel Kinerja Ekspor**



## 2.9 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah:

**Tabel 2.4**  
**Definisi Operasional Variabel**

| Variabel                 | Definisi Operasional   | Skala  |
|--------------------------|--|--|
| Karakteristik perusahaan | Karakteristik perusahaan yaitu bagaimana atribut-atribut yang melekat pada perusahaan yang terdiri dari kemampuan perusahaan, unit ekspor yang terpisah , perencanaan usaha dan pengalaman ekspor perusahaan. Karakteristik dan kemampuan perusahaan dikembangkan dengan menggunakan kelompok indikator yang berhubungan   | 7 point skala dengan beberapa item pertanyaan. |
| Komitmen Ekspor          | Komitmen ekspor yaitu bagaimana atribut-atribut yang melekat pada komitmen ekspor yang terdiri dari pentingnya kegiatan ekspor, dukungan ekspor dan jumlah pegawai dalam pelaksanaan ekspor dan perencanaan dan pengawasan ekspor. Komitmen ekspor dikembangkan dengan menggunakan kelompok indikator yang berhubungan   | 7 point skala dengan beberapa item pertanyaan. |
| Strategi ekspor          | Strategi ekspor merupakan usaha terhadap kegiatan ekspor yang terdiri dari strategi pemilihan distributor ( <i>distributor strategy</i> ), adaptasi produk ( <i>product adaptation</i> ), adaptasi promosi ( <i>promotion adaptasi</i> ) dan strategi harga ( <i>pricing strategy</i> ). Strategi ekspor dikembangkan dengan menggunakan kelompok indikator yang berhubungan | 7 point skala dengan beberapa item pertanyaan. |

|                      |  |  |
|----------------------|--|--|
| Karakteristik Produk | Karakteristik produk merupakan atribut-atribut yang melekat pada produk yang terlihat dari teknologi produk ( <i>product technology</i> ), keunikan yang terdapat dalam produk ( <i>product unique</i> ) / ciri khas produk ( <i>product features</i> ), pengalaman perusahaan terhadap product ( <i>firm experience with product</i> ), dan, spesifikasi budaya ( <i>cultural specificity</i> ). Karakteristik produk dikembangkan dengan menggunakan kelompok indikator yang berhubungan                           | 7 point skala dengan beberapa item pertanyaan. |
| Kinerja ekspor       | Kinerja ekspor dapat didefinisikan sebagai tingkatan dari tujuan perusahaan baik secara ekonomi dan strategi dengan melakukan ekspor produknya kepasar luar negeri, yang dicapai melalui perencanaan dan pelaksanaan strategi Pengukuran terhadap keberhasilan strategi dan perencanaan dilihat; (1) penjualan ekspor, (2) keuntungan ekspor (3) kepuasan pencapaian tujuan ekspor dan (4) keseluruhan kinerja ekspor perusahaan. Kinerja ekspor dikembangkan dengan menggunakan kelompok indikator yang berhubungan | 7 point skala dengan beberapa item pertanyaan. |

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan cakupan penelitian yang diarahkan untuk menganalisis sebuah pengembangan model tentang kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah. Sebuah kerangka pemikiran teoritis dan model yang telah dikembangkan pada Bab II akan digunakan sebagai dasar dan landasan teori untuk penelitian ini. Bagian utama dari bab ini disusun dalam sub-bab sebagai berikut :

disain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis.

#### **3.1 Disain dan Obyek Penelitian**

##### **3.1.1 Disain Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam tipe disain penelitian kausal yaitu untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat antar variabel dan peneliti mencari tipe sesungguhnya dari fakta untuk membantu memahami dan memprediksi hubungan (Zikmund dalam Ferdinand,A.T, 1999, p.72). Permasalahan yang ditampilkan dalam penelitian ini merupakan permasalahan yang dikembangkan oleh peneliti berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, yang membutuhkan dukungan untuk fakta yang terbaru.

Penelitian terdahulu akan membantu untuk mengembangkan dan mengidentifikasi permasalahan untuk penelitian ini. Selanjutnya telaah pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu digunakan untuk menjelaskan analisis



permasalahan, melakukan pemahaman dasar pada teori dan hasil penelitian terdahulu, untuk kemudian mengungkapkan hipotesis yang akan diuji. Kemudian dikembangkan suatu bentuk model penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditentukan pada bab sebelumnya. Dari model penelitian yang telah dikembangkan ini, diharapkan akan menjelaskan hubungan antar variabel sekaligus membuat suatu implikasi yang dapat digunakan untuk peramalan atau prediksi.

### **3.1.2 Obyek Penelitian**

Penelitian ini memilih Industri Sarung Palekat kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan, sebagai obyek penelitian. Hal ini didasari oleh tujuan penelitian ini yang hendak menganalisis kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah .

Usaha Kecil dan Menengah yang dimaksud dalam penelitian ini memiliki karakteristik berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (NO.589/MPP/KEP/10/1999) sebagai berikut:

- 1 **Industri Kecil** adalah suatu kegiatan usaha yang memiliki nilai investasi sampai dengan Rp.200.000.000,- (200 juta) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat
- 2 **Industri Menengah** adalah usaha industri dengan nilai investasi perusahaan sampai dengan Rp 1.000.000.000.- (1 milyar) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

Industri Sarung Palekat dapat dijadikan obyek penelitian karena memenuhi kriteria bagi penelitian ini yang memfokuskan kepada Usaha Kecil dan Menengah yang dalam kegiatan industrinya melakukan produksi Sarung Palekat dan melakukan kegiatan ekspor baik langsung ataupun tidak langsung. Berdasarkan data yang didapat dari lapangan melalui survey awal serta melalui buku yang dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah (DATI) II Kabupaten Pekalongan 2001 terlihat bahwa Industri Sarung Palekat sebagian besar hasil produksinya diekspor ke beberapa negara tujuan ekspor seperti diantaranya Dubai, Malaysia, Singapore dan beberapa negara lainnya.

### **3.1.3 Populasi**

Populasi penelitian adalah seluruh pimpinan Usaha Kecil dan Menengah Industri Sarung Palekat yang melakukan kegiatan ekspor langsung maupun tidak langsung di Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah. Berdasarkan data pada Kantor Indag Kabupaten Pekalongan, industri yang memproduksi Sarung Palekat baik industri kecil, menengah dan besar seluruhnya berjumlah 72 perusahaan yang terdiri dari badan ataupun perorangan. Industri Sarung Palekat ini adalah perusahaan yang memproduksi Sarung Palekat dan memiliki Surat Tanda Daftar Industri (STDI). Dan berdasarkan STDI (Surat Tanda Daftar Industri) yang diterbitkan oleh Kantor Indag Kabupaten Pekalongan sampai dengan tahun 1999 dan 2000 (Proyek Pengembangan Industri Kecil dan Menengah (PIKM) Kabupaten Pekalongan Tahun 1999/2000) jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai Usaha Kecil dan Menengah melalui penggolongan nilai investasi berjumlah 66 perusahaan, dimana perusahaan yang nilai investasi kurang dari 200

juta yang dikategorikan sebagai Usaha Kecil berjumlah 45 perusahaan, sedangkan perusahaan yang memiliki nilai investasi lebih dari 200 juta dan kurang dari 1 milyar yang masuk dalam kategori Usaha Menengah berjumlah 21 perusahaan dan sisanya sebanyak 6 perusahaan merupakan industri besar. Dengan demikian yang menjadi obyek penelitian ini terdiri dari 66 Industri Sarung Palekat yang masuk dalam kategori Kecil dan Menengah. Berdasarkan uraian tersebut Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah yang berlokasi di Kabupaten Pekalongan dipandang sebagai tempat yang tepat untuk menguji model yang sedang dikembangkan dalam penelitian ini.

#### **3.1.4 Sensus**

Nur Indriantoro (1999) mengatakan bahwa peneliti dapat meneliti seluruh elemen populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus.. Alasan penggunaan metode sensus karena mempertimbangkan elemen populasi yang relative sedikit. Berdasarkan hal tersebut maka dalam penelitian ini, keseluruhan jumlah populasi yang berjumlah 66 Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah yang ada di kabupaten Pekalongan merupakan jumlah sampel penelitian.

### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.2.1 Data Primer**

Menurut Cooper dan Emory (1998, p.254) data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini

penggalan data primer didapat dari wawancara langsung dan daftar pertanyaan dengan responden. Responden dalam penelitian ini adalah pimpinan Usaha Kecil dan Menengah Industri Sarung Palekat di Kabupaten Pekalongan.

### **3.2.2 Data Sekunder**

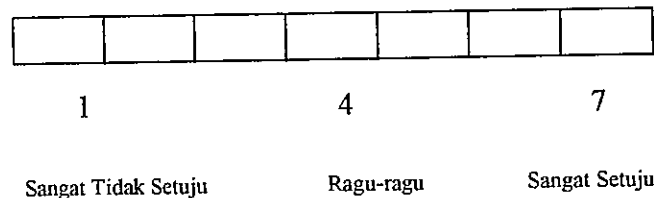
Data sekunder adalah data yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Data ini diperoleh melalui literatur yang dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah Tingkat II Kabupaten Pekalongan (PDE dan Arsipda) , dan sumber-sumber yang mendukung penelitian seperti Kantor Industri dan Perdagangan (Indag) dan Badan Perencanaan Pembangunan (BAPPEDA) dan Biro Pusat Statistik (BPS) Setempat.

## **3.3 Metode Pengumpulan Data**

### **3.3.1 Metode Angket**

Data dikumpulkan menggunakan metode angket, yaitu dengan memberikan secara langsung pertanyaan atau kuesioner kepada para responden yaitu pimpinan Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan satu macam angket yaitu angket tertutup. Angket tertutup digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi-dimensi dari konstruk-konstruk yang sedang dikembangkan dalam penelitian ini. Pernyataan-pernyataan dalam angket tertutup dibuat berdasarkan indikator setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, pernyataan ini diambil berdasarkan pada penelitian terdahulu yang menggunakan variabel yang sama dalam penelitian ditambah dengan sedikit perubahan-perubahan redaksional

kata-kata yang dianggap dapat menyesuaikan dengan kondisi penelitian saat ini. Dalam daftar pertanyaan mengenai pengukuran kinerja ekspor digunakan waktu 3 (tiga) tahun terakhir (2000 sampai dengan 2002) hal ini didasarkan pada bahwa saat itu industri tersebut telah mulai bangkit dari krisis. Seluruh pernyataan merupakan pengukuran terhadap sikap yang dinyatakan dengan menggunakan skala penilaian tujuh butir yang menyatakan dua kutub yang berbeda atau yang dikenal dengan nama skala perbedaan semantis (*Semantic Differential Scale*) Responden diminta mengisi ruang semantis yang tersedia untuk merefleksikan seberapa dekat sikap responden terhadap subyek, obyek ataupun kejadian tertentu diantara dua kutub penilaian yang ekstrem (Nur Indriantoro, 1999).



### 3.3.2 Dokumentasi

Kegiatan mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari jurnal-jurnal ilmiah, literatur-literatur serta publikasi-publikasi lain yang layak dijadikan sumber masukan untuk penelitian.

### 3.4 Metode Analisis Data

Suatu penelitian selalu memerlukan interpretasi dan analisis data, yang diharapkan pada akhirnya memberikan solusi pada *research question* yang

menjadi dasar penelitian tersebut. Metode analisis yang dipilih untuk menganalisis data adalah sebagai berikut:

#### 3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam mengungkapkan gejala-gejala yang sama dari obyek yang diukur ulang pada waktu berlainan. Suatu alat ukur dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang sama, konsisten atau stabil dalam waktu yang berbeda atau dari waktu ke waktu. Salah satu cara mengukur reliabilitas (Hair, et al, 1998) yaitu:

Pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain, atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan. Pengujian reliabilitas model ini dapat menggunakan program SPSS dengan uji statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika uji statistik SPSS memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$  (Nunnally dalam Imam Ghozali 2001).

Dengan uji validitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan (*counstruct validity*).

#### 3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk melihat apakah hasil regresi yang dilakukan sudah memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator*, ketentuan ini harus dipenuhi dalam

penggunaan model regresi berganda (Gujarati, 2003), maka perlu dilakukan beberapa pengujian asumsi klasik yang meliputi :

#### **a. Multikolinearitas**

Multikolinearitas berarti ada hubungan linier yang sempurna atau pasti antara beberapa atau semua variabel bebas dalam model regresi. Konsekuensinya adanya multikolinearitas adalah koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tak terhingga. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

- Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*; kedua ukuran ini menunjukkan variabel bebas mana saja yang bias dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Bila nilai *tolerance* diatas 0.1 maka dikatakan tidak terjadi kolinearitas yang berarti. VIF mengukur variabilitas variabel bebas terpilih dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Bila VIF diatas 10 maka dikatakan tidak terjadi kolinearitas yang berarti (Gujarati,2003)

#### **b. Autokorelasi**

Pendeteksian autokorelasi digunakan analisis Durbin Watson (DW) test, langkah-langkahnya jika nilai *p value* untuk DW maka dideteksi ada tidaknya autokorelasi atau dengan cara melihat DW dan kemudian melakukan *mapping*. Jika DW terletak antara batas atas dan batas bawah  $-du$  maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi dan sebaliknya berarti diindikasikan ada autokorelasi positif. (Gujarati,2003)

### c. Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan sebagai berikut : Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terkait dengan residualnya. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik. Maka dapat dilakukan dengan analisis SPSS dan dilihat hasil *outputnya* yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Selanjutnya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Gujarati, 2003).

### 3.4.3 Teknik Analisis

Analisis regresi berganda merupakan alat statistik yang dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh antara satu (*single*) variabel terikat dan beberapa variabel bebas.

Setiap variabel bebas diberi bobot untuk menunjukkan kontribusi relative bagi keseluruhan prediksi.



Dalam menghitung bobot prosedur analisis regresi memastikan preediksi maksimal dari serangkaian variabel bebas dalam model. Bobot-bobot ini juga memudahkan interpretasi dari pengaruh tiap-tiap varaiabel bebas dalam membuat prediksi meskipun korelasi antara variabel bebas menyulitkan proses interpretasi (Hair, Anderson, Tatham dan Black , 1998)

Model Persamaan analisis berganda ini adalah analisis regresi linier berganda dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana :

Y = Kinerja Ekspor Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di  
Kabupaten Pekalongan

$\beta_0$  = Koefisien Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  = Koefisien variabel independen

X1 = Karakteristik perusahaan

X2 = Komitmen Ekspor

X3 = Strategi Ekspor

X4 = Karakteristik Produk

e = *Error term*

Berdasarkan pada hasil analisis regresi tersebut akan dapat diketahui pengaruh dan tingkat signifikansi dari variabel faktor internal perusahaan terhadap kinerja ekspor

### 3.5 Uji Hipotesis

Dari hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang diperoleh mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak baik secara simultan atau parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya.

Dalam hal ini ada 2 bentuk pengujian yaitu;

Uji t statistik untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan mengasumsikan bahwa variabel lain dianggap konstan, adapun tahap pengujiannya adalah:

Menentukan formula null hipotesis statistik yang akan diuji

$H_0 : \beta_i = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas ( $X_i$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ) secara parsial.

$H_a : \beta_i > 0$ , artinya ada pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel bebas ( $X_i$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ) secara parsial.

Dengan tingkat keyakinan 95% atau  $\alpha = 0,05$ ,  $df = n - k$ , diperoleh nilai  $t$  untuk menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

Bila probabilitas signifikan  $< \alpha = 5\%$  maka  $H_0$  dinyatakan ditolak

Bila probabilitas signifikan  $> \alpha = 5\%$  maka  $H_0$  dinyatakan diterima

Uji F statistik untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel tergantung (Y), adapun tahap pengujiannya adalah sebagai berikut :

Menentukan formula null hipotesis secara statistik yang diuji dalam bentuk

$H_0 : \beta_1 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan.

$H_a : \beta_1 > 0$ , artinya ada pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan.

Dengan tingkat keyakinan (*level of significant* 5%) atau  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df = n - k - 1$  akan diperoleh nilai F untuk menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

Bila probabilitas signifikan  $< \alpha = 5\%$  maka  $H_0$  dinyatakan ditolak

Bila probabilitas signifikan  $> \alpha = 5\%$  maka  $H_0$  dinyatakan diterima

### 3.6 Uji Beda Dua Regresi

Dalam rangka untuk mengetahui apakah struktur model regresi pada industri sarung palekat kecil dan menengah, maka dilakukan uji *chow test* seperti yang dijelaskan oleh Gujarati (2003) dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### Langkah 1

Menghitung persamaan regresi total yang telah ditentukan. Dari perhitungan regresi tersebut akan diperoleh jumlah kwadrat residu (*residual sum of squares* /

RSS) atau  $S_1$  dengan  $df = \text{Total } N (N_1 \text{ dan } N_2) - k$ , dimana  $k$  adalah jumlah parameter yang diestimasi.

### Langkah 2

Menghitung regresi masing-masing, sehingga diperoleh nilai RSS (*residual sum of squares*) masing-masing.  $S_2$  dan  $S_3$  dengan nilai  $df$  masing-masing  $N_1 - k$  dan  $N_2 - k$ . Dari dua RSS tersebut akan kita tentukan berapa jumlah  $S_4$  dengan cara:

$$S_4 = S_2 + S_3 \text{ dengan } df = N_1 + N_2 - 2k$$

### Langkah 3

Menghitung  $S_5$ , dengan cara  $S_5 = S_1 - S_4$

### Langkah 4

Menghitung nilai  $F$  dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{S_5 / k}{S_4 / (N_1 + N_2 - 2k)}$$

Dengan  $df = k, N_1 + N_2 - 2k$ , apabila  $F_{\text{hitung}}$  melebihi  $F_{\text{table}}$  pada titik kritisnya, maka tolak hipotesis nol bahwa dua model regresi Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah tidak memiliki kesamaan.

## BAB IV

### ANALISIS DATA

#### 4.1 Gambaran Umum Industri Sarung Palekat di Kabupaten Pekalongan

Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu dari kabupaten yang ada di Jawa Tengah dengan luas wilayah  $\pm 836,13 \text{ km}^2$ , secara administratif terdiri dari 19 Kecamatan, 270 Desa dan 12 Kelurahan. Potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Pekalongan terdiri dari beberapa sektor yaitu: sektor pariwisata, sektor industri dan perdagangan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kabupaten Pekalongan tahun 2001, jumlah industri di Kabupaten Pekalongan baik formal ataupun non formal seluruhnya berjumlah 31.422. Jumlah ini terbagi atas 9 perusahaan berskala industri besar dan 31.413 perusahaan merupakan skala industri Kecil dan Menengah. Seperti terlihat dalam tabel 4.1

**Tabel 4.1**  
**Industri di Kabupaten Pekalongan**

| Skala Industri  | Unit Usaha | Tenaga kerja | Nilai Investasi    | Nilai Produksi       |
|-----------------|------------|--------------|--------------------|----------------------|
| Besar           | 9          | 10.059       | Rp 183.074.000.000 | Rp 577.300.000.000   |
| Kecil/ Menengah | 31.413     | 161.304      | Rp 99.672.000.000  | Rp 762.375.000.000   |
| Jumlah          | 31.422     | 171.363      | Rp 282.746.000.000 | Rp 1.339.675.000.000 |

Sumber: Profil dan Potensi Daerah Kab. Pekalongan 2001

**Tabel 4.2**  
**Aneka Industri di Kabupaten Pekalongan**

| Jenis Industri   | Unit Usaha | Tenaga Kerja | Produksi                          |             |                 |
|------------------|------------|--------------|-----------------------------------|-------------|-----------------|
|                  |            |              | Jenis                             | Jumlah      | Nilai           |
| Tenun ATM & ATBM | 393        | 16.515       | Sarung, Kassa & kain ATBM         | 29.375.962m | 193.076.760.000 |
| Garment          | 3.576      | 19.925       | Celana, Kemeja, Pakaian wanita    | 15.827.867m | 189.934.400.000 |
| Printing/Capp    | 106        | 7.125        | Tekstil motif batik               | 77.037.747m | 385.188.735.000 |
| Batik            | 12.409     | 87.561       | Bahan kemeja, spreng, taplak, dll | 15.234.601m | 201.420.177.000 |
| Bordir           | 1.417      | 6.517        | BhnKebaya, Longdress dll          | 499.373m    | 19.987.460.000  |
| Pengolahan Kayu  | 112        | 557          | Kayu bahan bangunan               | 42.888.000m | 26.590.000.000  |

Sumber: Profil dan Potensi Daerah Kab. Pekalongan 2001

Dari penjelasan dalam tabel 4.2 diatas maka dapat dilihat bahwa Kabupaten Pekalongan memiliki banyak sekali industri Kecil dan Menengah yang bergerak dalam berbagai bidang usaha. Dari berbagai macam industri yang ada salah satu industri yang menonjol adalah Tenun ATM dan ATBM.

## **4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Identitas Perusahaan**

### **4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Nilai Investasi**

Nilai investasi yang dimaksud disini adalah nilai atau modal yang ditanamkan perusahaan dalam melakukan kegiatan usaha namun tidak termasuk didalamnya nilai atas tanah dan bangunan. Nilai investasi ini dibagi menjadi dua bagian yaitu perusahaan yang memiliki nilai investasi sampai dengan 200 juta rupiah dan perusahaan yang memiliki nilai investasi lebih dari 200 juta sampai dengan 1 milyar

rupiah. Hal ini bertujuan untuk menentukan setiap responden apakah perusahaan tersebut masuk dalam industri Kecil atau Menengah, sehingga dapat terlihat penyebaran kelompok usaha Kecil dan Menengah yang menjadi obyek penelitian ini, sehingga nantinya dapat dilihat kelompok usaha skala Kecil atau Menengah yang paling banyak dijumpai.

Responden penelitian ini berjumlah 66 perusahaan yang memiliki Tanda Daftar Industri (TDI) yang berdomisili di Kabupaten Pekalongan, yang jumlah tiap-tiap skala industri berdasarkan nilai investasinya dapat dilihat dalam tabel 4.3 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Responden Berdasarkan Nilai Investasi**

| Nilai Investasi | Klasifikasi Usaha |      |          |      | Jumlah |       |
|-----------------|-------------------|------|----------|------|--------|-------|
|                 | Kecil             | %    | Menengah | %    | Jumlah | %     |
| s/d 200 juta    | 45                | 68.2 |          |      | 45     | 68.2  |
| s/d 1 milyar    |                   |      | 21       | 31.8 | 21     | 31.8  |
| Jumlah          | 45                | 68.2 | 21       | 31.8 | 66     | 100.0 |

Sumber: Data Primer yang diolah untuk penelitian ini, 2003

Dari table 4.3 diatas terlihat bahwa responden penelitian ini mayoritas memiliki nilai investasi sampai dengan 200 juta yang kemudian dikategorikan sebagai usaha Kecil yang berjumlah 45 perusahaan atau 68.2% sedangkan perusahaan yang memiliki nilai investasi 200 juta sampai dengan 1 milyar yang kemudian dikategorikan sebagai usaha Menengah berjumlah 21 perusahaan atau 31.8 % dari seluruh jumlah responden

#### 4.2.2 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Bentuk Usaha

Responden penelitian ini berjumlah 66 perusahaan yang memiliki Tanda Daftar Industri (TDI) yang berdomisili di Kabupaten Pekalongan, yang jumlah tiap-tiap skala industri berdasarkan bentuk usahanya dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Responden Berdasarkan Bentuk Usaha**

| Bentuk Usaha | Klasifikasi Usaha |      |          |      | Jumlah |       |
|--------------|-------------------|------|----------|------|--------|-------|
|              | Kecil             | %    | Menengah | %    | Jumlah | %     |
| PT           | 1                 | 1.5  | 2        | 3.0  | 3      | 4.5   |
| CV           | 2                 | 3.0  |          |      | 2      | 3.0   |
| Perorangan   | 42                | 63.6 | 19       | 28.8 | 61     | 92.4  |
| Jumlah       | 45                | 68.2 | 21       | 31.8 | 66     | 100.0 |

Sumber: Data Primer yang diolah untuk penelitian ini, 2003

Dari tabel 4.4 dapat terlihat bahwa responden penelitian mayoritas memiliki bentuk usaha perseorangan yang berjumlah 61 perusahaan usaha atau sekitar 92.4.% dan yang terbanyak berasal dari kelompok usaha Kecil yaitu 42 perusahaan atau 63.6%, kemudian diikuti responden yang memiliki bentuk usaha Perseroan Terbatas (PT) yang berjumlah 3 perusahaan atau 4.5% sedangkan responden yang berbentuk usaha CV berjumlah 2 perusahaan atau sekitar 3.0%

#### 4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Perusahaan

Responden penelitian ini berjumlah 66 perusahaan yang memiliki Tanda Daftar Industri (TDI) yang berdomisili di Kabupaten Pekalongan, yang jumlah tiap-tiap skala industri berdasarkan usia perusahaan dapat dilihat sebagai berikut:



**Tabel 4.5**  
**Esponden Berdasarkan Usia Perusahaan**

| Umur<br>Perusahaan | Klasifikasi Usaha |      |          |      | Jumlah |       |
|--------------------|-------------------|------|----------|------|--------|-------|
|                    | Kecil             | %    | Menengah | %    | Jumlah | %     |
| s/d 5 thn          |                   |      |          |      |        |       |
| 6 - 10 thn         | 16                | 24.2 | 3        | 4.5  | 19     | 28.8  |
| 11 - 15 thn        | 27                | 40.9 | 18       | 27.3 | 45     | 68.2  |
| Lebih 15 thn       | 2                 | 3.0  |          |      | 2      | 3.0   |
| Jumlah             | 45                | 68.2 | 21       | 31.8 | 66     | 100.0 |

Sumber: Data Primer yang diolah untuk penelitian ini, 2003

Dari tabel 4.5 terlihat bahwa responden penelitian ini mayoritas memiliki umur perusahaan 11 – 15 tahun yang berjumlah 45 perusahaan atau 68.2% dan yang terbanyak adalah berasal dari kelompok skala usaha Kecil yang berjumlah 27 perusahaan kemudian diikuti responden yang memiliki usia perusahaan antara 6 – 10 tahun yang berjumlah 19 perusahaan atau 28.8% dan yang memiliki usia perusahaan lebih dari 15 tahun berjumlah 2 perusahaan atau 3%.

#### **4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pertama Kali Mendapatkan Pembeli Ekspor**

Responden penelitian ini berjumlah 66 perusahaan yang memiliki Tanda Daftar Industri (TDI) yang berdomisili di Kabupaten Pekalongan, yang jumlah tiap-tiap skala industri berdasarkan pertama kali mendapatkan pembeli ekspor dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Responden Berdasarkan Mendapatkan Pembeli Ekspor**

| Pertama<br>Ekspor     | Klasifikasi Usaha |      |          |      | Jumlah |       |
|-----------------------|-------------------|------|----------|------|--------|-------|
|                       | Kecil             | %    | Menengah | %    | Jumlah | %     |
| Pembeli dtng langsung | 21                | 31.8 | 7        | 10.6 | 28     | 42.4  |
| Bantuan Pemerintah    | 14                | 21.2 | 5        | 7.6  | 19     | 28.8  |
| Melalui iklan         | 5                 | 7.6  | 2        | 3.0  | 7      | 10.6  |
| Ikut Pameran          | 5                 | 7.6  | 7        | 10.6 | 12     | 18.2  |
| Jumlah                | 45                | 68.2 | 21       | 31.8 | 66     | 100.0 |

Sumber: Data Primer yang diolah untuk penelitian ini, 2003

Dari table 4.6 dapat dilihat bahwa responden penelitian ini mayoritas pertama kali mendapatkan pembeli ekspor melalui pembeli yang datang langsung yang berjumlah 28 perusahaan atau 42.4%, dan yang terbanyak adalah dari skala usaha Kecil dan Menengah yang berjumlah 21 perusahaan , kemudian diikuti dengan mendapatkan ekspor melalui bantuan pemerintah sebanyak 19 perusahaan atau 28.8%,kemudian ekspor yang didapatkan melalui keikutsertaan dalam pameran sebanyak 12 perusahaan atau 18.2% dan yang terakhir adalah melalui iklan sebanyak 7 perusahaan atau 10.6%.

#### **4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pelaksanaan Kegiatan Ekspor**

Responden penelitian ini berjumlah 66 perusahaan yang memiliki Tanda Daftar Industri (TDI) yang berdomisili di Kabupaten Pekalongan, yang jumlah tiap-tiap skala industri berdasarkan pelaksanaan kegiatan ekspor dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Responden Berdasarkan Pelaksanaan Kegiatan Ekspor**

| Pelaksanaan kegiatan Ekspor | Klasifikasi Usaha |      |          |      | Jumlah |       |
|-----------------------------|-------------------|------|----------|------|--------|-------|
|                             | Kecil             | %    | Menengah | %    | Jumlah | %     |
| Ekspor langsung             | 5                 | 7.6  | 2        | 3.0  | 7      | 10.6  |
| Melalui Agen                | 30                | 45.5 | 8        | 12.1 | 38     | 57.6  |
| Melalui Agen dan langsung   | 10                | 15.2 | 11       | 16.7 | 21     | 31.8  |
| Jumlah                      | 45                | 68.2 | 21       | 31.8 | 66     | 100.0 |

Sumber: Data Primer yang diolah untuk penelitian ini, 2003

Dari tabel 4.7 dapat dilihat bahwa responden penelitian ini mayoritas pelaksanaan kegiatan ekspornya melalui agen yang berjumlah 38 perusahaan atau 57.6%, dan yang terbanyak adalah dari skala usaha Kecil dan Menengah sebanyak 30 perusahaan, kemudian diikuti dengan pelaksanaan kegiatan ekspor melalui agen dan langsung yang berjumlah 21 perusahaan atau 31.8% yang terbanyak berasal dari skala usaha Menengah sebesar 11 perusahaan, sedangkan untuk pelaksanaan kegiatan ekspor melalui ekspor langsung berjumlah 7 perusahaan atau 10.6%.

#### **4.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Banyaknya Jumlah Karyawan**

Responden penelitian ini berjumlah 66 perusahaan yang memiliki Tanda Daftar Industri (TDI) yang berdomisili di Kabupaten Pekalongan, yang jumlah tiap-tiap skala industri berdasarkan banyaknya jumlah karyawan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan**

| Jumlah Karyawan | Klasifikasi Usaha |      |          |      | Jumlah |       |
|-----------------|-------------------|------|----------|------|--------|-------|
|                 | Kecil             | %    | Menengah | %    | Jumlah | %     |
| s/d 25 orang    | 10                | 15.2 |          |      | 10     | 15.2  |
| 26 – 50 orang   | 25                | 40.9 | 1        | 1.5  | 26     | 39.4  |
| 51 – 75 orang   | 5                 | 10.6 | 5        | 7.6  | 10     | 15.2  |
| 76 - 100 orang  | 1                 | 1.5  | 7        | 10.6 | 8      | 12.1  |
| Lebih 100 orang |                   |      | 12       | 18.2 | 12     | 18.2  |
| Jumlah          | 45                | 62.1 | 25       | 37.9 | 66     | 100.0 |

Sumber: Data Primer yang diolah untuk penelitian ini, 2003

Dari tabel 4.8 Dapat dilihat bahwa responden penelitian ini mayoritas memiliki karyawan antara 26 – 50 orang yang berjumlah 26 perusahaan atau 39.4%. dan yang terbanyak adalah dari skala usaha Kecil dan Menengah sebanyak 25 perusahaan, kemudian diikuti dengan kepemilikan karyawan lebih dari 100 orang sebanyak 12 perusahaan atau 18,2 % yang seluruhnya dari skala Menengah, sampai dengan 25 dan 51 sampai dengan 75 orang masing-masing berjumlah 10 perusahaan atau 15.2%, dan kepemilikan karyawan yang 76 – 100 orang berjumlah 8 perusahaan atau 12.1%.

#### 4.2.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Keuntungan Ekspor

Responden penelitian ini berjumlah 66 perusahaan yang memiliki Tanda Daftar Industri (TDI) yang berdomisili di Kabupaten Pekalongan, yang jumlah tiap-tiap skala industri berdasarkan keuntungan ekspor selama 3 tahun terakhir dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Responden Berdasarkan Keuntungan Ekspor**

| Keuntungan Ekspor<br>3 Thn Terakhir | Klasifikasi Usaha |      |          |      | Jumlah |       |
|-------------------------------------|-------------------|------|----------|------|--------|-------|
|                                     | Kecil             | %    | Menengah | %    | Jumlah | %     |
| < 100 Juta                          | 10                | 15.2 |          |      | 10     | 15.2  |
| > 100 Juta < 250 Juta               | 31                | 47.0 | 2        | 3.0  | 33     | 50.0  |
| > 250 Juta < 500 Juta               | 4                 | 6.1  | 11       | 16.7 | 15     | 22.7  |
| Lebih 500 Juta                      |                   | 0.0  | 8        | 12.1 | 8      | 12.1  |
| Jumlah                              | 45                | 68.2 | 21       | 31.8 | 66     | 100.0 |

Sumber: Data Primer yang diolah untuk penelitian ini, 2003

Dari tabel 4.9 Dapat dilihat bahwa responden penelitian ini mayoritas memiliki keuntungan ekspor antara 100 sampai dengan 250 juta yang berjumlah 33 perusahaan atau 50.0%, dan yang terbanyak adalah dari skala usaha Kecil dan Menengah sebanyak 31 perusahaan, kemudian diikuti dengan keuntungan ekspor antara 250 sampai dengan 500 juta yang berjumlah 15 perusahaan atau 22.7% yang sebagian besar berasal dari usaha Menengah sebanyak 11 perusahaan dan usaha Kecil sebanyak 4 perusahaan, sedangkan untuk keuntungan ekspor lebih dari 500 juta sebesar 12.1 % seluruhnya berasal dari usaha Menengah sebanyak 8 perusahaan.

### **4.3 Uji Reliabilitas dan Validitas**

#### **4.3.1 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas alat ukur pada penelitian ini menggunakan cara *one shot* dengan statistik *cronbach alpha*. Dari hasil pengujiannya ternyata nilai *cronbach alpha* dari keseluruhan variabel lebih besar dari 0,60. Dengan demikian berarti alat

ukur pada penelitian ini adalah reliabel atau handal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini cukup layal digunakan karena mempunyai tingkat reliabilitas yang cukup baik. Hasil uji statistik uji reliabilitas ini dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| No | Variabel                 | Jumlah pertanyaan | Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) | Keterangan      |
|----|--------------------------|-------------------|-----------------------------|-----------------|
| 1  | Karakteristik Perusahaan | 4                 | 0.8509                      | <i>Reliabel</i> |
| 2  | Komitmen Manajemen       | 4                 | 0.7563                      | <i>Reliabel</i> |
| 3  | Strategi ekspor          | 4                 | 0.7620                      | <i>Reliabel</i> |
| 4  | Karakteristik Produk     | 4                 | 0.7973                      | <i>Reliabel</i> |
| 5  | Kinerja Ekspor           | 4                 | 0.8003                      | <i>Reliabel</i> |

Sumber: Rekap Output SPSS (Lampiran 1)

#### 4.3.2 Uji Validitas

Dalam Penelitian ini uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya dan memberikan hasil ukur yang sesuai dengan menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total. Dalam pengujian validitas butir pertanyaan ini menggunakan korelasi produk moment dari Pearson. Adapun kaidah yang berlaku dalam uji validitas ini adalah sebagai berikut :

- Jika probabilitas signifikansi  $>$  taraf signifikansi 0,05, maka inferensi butir pertanyaan tidak valid.
- Jika probabilitas signifikansi adalah  $\leq$  taraf signifikansi 0,05, maka inferensi butir pertanyaan adalah valid.

Pengujian validitas kuesioner dalam penelitian ini diujikan kepada pemilik Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan. Hasil uji validitas dari setiap item pertanyaan dari tiap-tiap variabel dapat dilihat pada lampiran 1, sedangkan kesimpulannya dapat dilihat dalam tabel 4.11 sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas**

| Butir Pertanyaan | Nilai Total | Sign. | Keterangan |
|------------------|-------------|-------|------------|
| Pertanyaan 1     | 0.816       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 2     | 0.797       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 3     | 0.818       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 4     | 0.896       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 5     | 0.687       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 6     | 0.769       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 7     | 0.803       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 8     | 0.782       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 9     | 0.705       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 10    | 0.824       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 11    | 0.751       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 12    | 0.775       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 13    | 0.655       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 14    | 0.813       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 15    | 0.739       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 16    | 0.669       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 17    | 0.773       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 18    | 0.641       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 19    | 0.774       | 0.000 | Valid      |
| Pertanyaan 20    | 0.719       | 0.000 | Valid      |

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik pada Model Regresi Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal ini dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analisis regresi berganda dalam penelitian ini mensyaratkan uji asumsi klasik terhadap data. Adapun uji tersebut meliputi: uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai VIF dan *tolerance*, uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *scatter plot* diagram, sedangkan uji autokorelasi digunakan uji Durbin Watson (DW).

##### 4.4.1. Uji Multikoliniearitas

Multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *variance inflaton factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0.10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10 (Gujarati, 2003). Pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF dan *Tolerance* yang dihasilkan melalui analisis regresi pada bagian *coefficients*. (Lihat Lampiran 2 dan 3 )

Dari hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 10%, yang berarti tidak ada korelasi antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel bebas memiliki nilai VIF lebih dari 10, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah dalam penelitian ini.



#### 4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tidak tetap maka diduga terdapat masalah heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan ini digunakan *scatter plot diagram* (lihat Lampiran 2 dan 3 )

Dari gambar terlihat bahwa sebaran data tidak membentuk pola tertentu (pola yang jelas), serta titik-titik yang ada menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak untuk dipakai untuk memprediksi kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan berdasarkan faktor internal yang terdiri dari kakarakteristik prusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk.

#### 4.4.3. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya gangguan yang terjadi pada hubungan variabel yang diteliti, apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi digunakan uji Durbin Watson (DW), Gujarati (2003). Dari hasil perhitungan terlihat bahwa dalam

penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan. (Lihat lampiran 2 dan 3)

#### 4.5 Analisis Statistik Deskriptif

##### 4.5.1 Analisis Statistik Deskriptif Pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan

Deskripsi data penelitian dimaksud untuk menggambarkan tentang kondisi aktual responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner penelitian terhadap masing-masing variabel penelitian.

**Tabel 4.12**  
**Deskripsi Data Penelitian**

| Variabel                 | Kisaran Teoritis | Kecil          |           | Menengah       |           | Nilai Tengah |
|--------------------------|------------------|----------------|-----------|----------------|-----------|--------------|
|                          |                  | Kisaran Aktual | Rata-rata | Kisaran Aktual | Rata-rata |              |
| Kinerja Ekspor (Y)       | 4 - 28           | 14-28          | 22.78     | 24-28          | 26.6      | 16           |
| Karakteristik Perusahaan | 4 - 28           | 11-28          | 21.18     | 16-21          | 18.7      | 16           |
| Komitmen Ekspor          | 4 - 28           | 10-28          | 21.53     | 16-22          | 19.4      | 16           |
| Strategi Ekspor          | 4 - 28           | 10-28          | 21.38     | 15-21          | 18.2      | 16           |
| Karakteristik Produk     | 4 - 28           | 12-28          | 21.42     | 16-24          | 20        | 16           |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2003

Berdasarkan tabel diatas terlihat statistik deskripsi untuk variabel **kinerja ekspor** hasil jawaban responden yang masuk dalam Industri Sarung Palekat Kecil yang terdiri dari 4 butir pertanyaan, dengan 7 poin skala, menunjukan bahwa jawaban responden berkisar antara 14 – 28, sedangkan kisaran teoritis berkisar antara 4 – 28. Nilai rata-rata jawaban adalah 22.78 yang berarti lebih tinggi dari titik nilai tengah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat

Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah tinggi. Sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah, menunjukkan bahwa jawaban responden berkisar antara 24 – 28, sedangkan kisaran teoritis berkisar antara 4 – 28, nilai rata-rata jawaban adalah 26.6 yang berarti lebih tinggi dari titik nilai tengah, dengan demikian dapat dikatakan bahwa kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan adalah tinggi.

Statistik deskripsi untuk variabel **karakteristik perusahaan** hasil jawaban responden yang masuk dalam Industri Sarung Palekat Kecil yang terdiri dari 4 butir pertanyaan, dengan 7 poin skala, menunjukkan bahwa jawaban responden berkisar antara 11 – 28, sedangkan kisaran teoritis berkisar antara 4 – 28. Nilai rata-rata jawaban adalah 21.18 yang berarti lebih tinggi dari titik nilai tengah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa karakteristik perusahaan pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah tinggi. Sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah menunjukkan bahwa jawaban responden berkisar antara 16 – 21. Nilai rata-rata jawaban adalah 18.7 yang berarti lebih tinggi dari titik nilai tengah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa karakteristik perusahaan pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan dapat dikatakan cukup tinggi

Untuk variabel **komitmen ekspor**, hasil jawaban responden yang masuk dalam Industri Sarung Palekat Kecil yang terdiri dari 4 butir pertanyaan, dengan 7 poin skala, menunjukkan bahwa jawaban responden berkisar antara 10 – 28, sama dengan kisaran teoritis berkisar antara 4 – 28. Nilai rata-rata jawaban adalah 21.53

yang berarti lebih tinggi dari titik nilai tengah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komitmen ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah tinggi. Sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah menunjukkan bahwa jawaban responden berkisar antara 16 – 22, nilai rata-rata jawaban adalah 19.4 yang berarti lebih tinggi dari titik nilai tengah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komitmen ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan dapat dikatakan cukup tinggi.

Berdasarkan tabel diatas juga terlihat statistik Deskripsi untuk variabel **strategi ekspor** hasil jawaban responden yang masuk dalam Industri Sarung Palekat Kecil yang terdiri dari 4 butir pertanyaan, dengan 7 poin skala, menunjukkan bahwa jawaban responden berkisar antara 10 – 28, sedangkan kisaran teoritis berkisar antara 4 – 28. Nilai rata-rata jawaban adalah 21.38 yang berarti lebih tinggi dari titik nilai tengah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa strategi ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah tinggi. Sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah menunjukkan bahwa jawaban responden berkisar antara 15 – 21, nilai rata-rata jawaban adalah 18.2 yang berarti lebih tinggi dari titik nilai tengah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa strategi ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan dapat dikatakan cukup tinggi.

Statistik deskripsi untuk variabel terakhir dalam penelitian ini yaitu **karakteristik produk** hasil jawaban responden yang masuk dalam Industri Sarung Palekat Kecil yang terdiri dari 4 butir pertanyaan, dengan 7 poin skala, menunjukkan bahwa jawaban responden berkisar antara 12 – 28, sedangkan kisaran teoritis berkisar

antara 4 – 28. Nilai rata-rata jawaban adalah 21.42 yang berarti lebih tinggi dari titik nilai tengah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa karakteristik produk pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah tinggi. Sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah menunjukkan bahwa jawaban responden berkisar antara 16 – 24, nilai rata-rata jawaban adalah 20 yang berarti lebih tinggi dari titik nilai tengah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa karakteristik produk pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan adalah tinggi.

Setelah mengetahui bahwa seluruh variabel memiliki tingkat jawaban responden diatas nilai tengah yang berarti bahwa seluruh variabel memiliki tingkat yang tinggi, maka tanggapan responden terhadap masing-masing variabel penelitian ini akan di kategorikan dalam dua kategori yaitu tinggi dan rendah. Dimasukkan dalam kategori rendah apabila jawaban responden berada dibawah nilai titik tengah dan kategori tinggi apabila jawaban responden berada diatas nilai titik tengah. Untuk hasil jumlah frekuensi jawaban responden dapat disimpulkan sebagai berikut:

#### **4.5.2 Deskriptif Profil Responden Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah**

**Karakteristik Perusahaan** dalam penelitian ini meliputi kemampuan perusahaan yang memadai, keberadaan unit ekspor yang terpisah yang dimiliki perusahaan, perencanaan usaha tertulis yang dimiliki perusahaan serta pengalaman ekspor yang dimiliki perusahaan penghasil Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan. Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap kuesioner yang disebar dan kemudian kembali kepada peneliti, maka secara lebih terperinci

tanggapan responden terhadap variabel karakteristik perusahaan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Tanggapan terhadap Variabel Karakteristik Perusahaan**

| Karakteristik Perusahaan | Kecil |       | Menengah |       |
|--------------------------|-------|-------|----------|-------|
|                          | Freq  | %     | Freq     | %     |
| Tinggi                   | 37    | 82.22 | 20       | 95.24 |
| Rendah                   | 8     | 17.78 | 1        | 4.76  |
| Jumlah                   | 45    | 100   | 21       | 100   |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2003

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan memiliki karakteristik perusahaan yang tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah 37 responden atau sebesar 82.22 % menyatakan bahwa karakteristik perusahaan tinggi dan sebanyak 8 responden atau sebesar 17.78 % menyatakan bahwa karakteristik perusahaan rendah sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah juga memiliki karakteristik perusahaan yang tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah 20 responden atau sebesar 95.24 % menyatakan bahwa karakteristik perusahaan tinggi dan sebanyak 1 responden atau sebesar 4.76 % menyatakan bahwa karakteristik perusahaan rendah. Hal ini memberikan arti bahwa hampir sebagian besar Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan telah memiliki karakteristik perusahaan yang baik.

Selanjutnya untuk lebih mengetahui secara terperinci pertanyaan mana dari ke 4 butir pertanyaan dari variabel karakteristik perusahaan yang paling dominan dalam membentuk karakteristik perusahaan pada Industri Sarung Palekat Kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Frekuensi Jawaban Responden Karakteristik Perusahaan**

| Skor     | K mampu Prshn |       | Unit Eks. Trpsh |       | Pnglmn Prshn |       | Perencanaan |       |
|----------|---------------|-------|-----------------|-------|--------------|-------|-------------|-------|
|          | Freq          | Total | Freq            | Total | Freq         | Total | Freq        | Total |
| Kecil    |               |       |                 |       |              |       |             |       |
| 2        | 0             | 0     | 0               | 0     | 1            | 2     | 4           | 8     |
| 3        | 4             | 12    | 4               | 12    | 8            | 24    | 3           | 9     |
| 4        | 4             | 16    | 6               | 24    | 6            | 24    | 8           | 32    |
| 5        | 10            | 50    | 10              | 50    | 11           | 55    | 12          | 60    |
| 6        | 14            | 84    | 13              | 78    | 11           | 66    | 10          | 60    |
| 7        | 13            | 91    | 12              | 84    | 8            | 56    | 8           | 56    |
| Total    | 253           |       | 248             |       | 227          |       | 225         |       |
| %        | 26.55         |       | 26.02           |       | 23.82        |       | 23.61       |       |
| Menengah |               |       |                 |       |              |       |             |       |
| 3        | 0             | 0     | 3               | 9     | 1            | 3     | 5           | 15    |
| 4        | 1             | 4     | 9               | 36    | 5            | 20    | 7           | 28    |
| 5        | 14            | 70    | 8               | 40    | 11           | 55    | 8           | 40    |
| 6        | 5             | 30    | 1               | 6     | 4            | 24    | 1           | 6     |
| 7        | 1             | 7     | 0               | 0     | 0            | 0     | 0           | 0     |
| Total    | 111           |       | 91              |       | 102          |       | 89          |       |
| %        | 28.24         |       | 23.16           |       | 25.95        |       | 22.65       |       |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2003

Dari tabel diatas terlihat bahwa pada Industri Kecil indikator kemampuan perusahaan memiliki nilai yang paling dominan atau sebesar 26.55% dibandingkan nilai indikator lainnya secara keseluruhan, sedangkan pada Industri Menengah butir pertanyaan yang menyatakan mengenai kemampuan perusahaan memiliki nilai yang paling dominan atau sebesar 28.24% dibandingkan nilai indikator lainnya secara keseluruhan. Berdasarkan hal diatas maka dapat dikatakan bahwa yang membentuk tingginya tingkat karakteristik perusahaan pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan adalah kemampuan yang dimiliki tiap-tiap

perusahaan baik sumberdaya manusia, teknologi dan keuangan yang memadai dalam melakukan kegiatan ekspor .

**Komitmen Ekspor** dalam penelitian ini ditunjukkan melalui pemahaman perusahaan terhadap pentingnya ekspor, pemberian dukungan dari seluruh pihak perusahaan terhadap kegiatan ekspor, perencanaan serta pengawasan ekspor yang dilakukan perusahaan terhadap kegiatan ekspor serta jumlah pegawai yang memadai dalam melaksanakan kegiatan ekspor yang dimiliki perusahaan penghasil Sarung Palekat skala Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan. Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap kuesioner yang disebarkan dan kemudian kembali kepada peneliti, maka secara lebih terperinci tanggapan responden terhadap variabel komitmen ekspor adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Tanggapan terhadap Variabel Komitmen Ekspor**

| <b>Komitmen Ekspor</b> | <b>Kecil</b> |            | <b>Menengah</b> |            |
|------------------------|--------------|------------|-----------------|------------|
|                        | <b>Freq</b>  | <b>%</b>   | <b>Freq</b>     | <b>%</b>   |
| Tinggi                 | 40           | 88.89      | 18              | 85.71      |
| Rendah                 | 5            | 11.11      | 3               | 14.29      |
| <b>Jumlah</b>          | <b>45</b>    | <b>100</b> | <b>21</b>       | <b>100</b> |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2003

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab bahwa komitmen ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah 40 responden atau sebesar 88.89 % menyatakan bahwa komitmen ekspor mereka tinggi dan sebanyak 5 responden atau sebesar 11.11 % menyatakan bahwa komitmen ekspor mereka rendah



sedangkan pada Industri Sarung Palekat skala Menengah juga memiliki komitmen ekspor yang tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah 18 responden atau sebesar 85.71 % menyatakan bahwa komitmen ekspor mereka tinggi dan sebanyak 3 responden atau sebesar 14.29 % menyatakan bahwa komitmen ekspor mereka rendah. Hal ini berarti bahwa sebagian besar Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan telah memiliki komitmen terhadap kegiatan ekspor yang baik.

Untuk lebih mengetahui secara terperinci pertanyaan mana dari ke 4 butir pertanyaan dari variabel komitmen ekspor yang paling dominan dalam membentuk komitmen ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Frekuensi Jawaban Responden Komitmen Ekspor**

| Skor     | Pentingnya Eks. |       | Dukungan Eks. |       | Pengawasan |       | Krywn Memadai |       |
|----------|-----------------|-------|---------------|-------|------------|-------|---------------|-------|
|          | Freq            | Total | Freq          | Total | Freq       | Total | Freq          | Total |
| Kecil    |                 |       |               |       |            |       |               |       |
| 2        | 0               | 0     | 1             | 2     | 2          | 4     | 1             | 2     |
| 3        | 4               | 12    | 1             | 3     | 1          | 3     | 4             | 12    |
| 4        | 10              | 40    | 6             | 24    | 6          | 24    | 10            | 40    |
| 5        | 14              | 70    | 11            | 55    | 8          | 40    | 8             | 40    |
| 6        | 9               | 54    | 15            | 90    | 16         | 96    | 13            | 78    |
| 7        | 8               | 56    | 11            | 77    | 12         | 84    | 9             | 63    |
| Total    | 232             |       | 251           |       | 251        |       | 235           |       |
| %        | 23.94           |       | 25.90         |       | 25.90      |       | 24.25         |       |
| Menengah |                 |       |               |       |            |       |               |       |
| 3        | 0               | 0     | 0             | 0     | 0          | 0     | 4             | 12    |
| 4        | 1               | 4     | 6             | 24    | 6          | 24    | 14            | 56    |
| 5        | 10              | 50    | 8             | 40    | 10         | 50    | 3             | 15    |
| 6        | 10              | 60    | 7             | 42    | 5          | 30    | 0             | 0     |
| Total    | 114             |       | 106           |       | 104        |       | 83            |       |
| %        | 28.01           |       | 26.04         |       | 25.55      |       | 20.39         |       |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2003

Dari tabel diatas terlihat bahwa pada Industri Sarung palekat kecil butir pertanyaan mengenai dukungan setiap pihak dalam perusahaan dalam melaksanakan kegiatan ekspor dan pertanyaan yang menyatakan bahwa perusahaan melakukan perencanaan dan pengawasan ekspor memiliki nilai dominan yang sama besar yaitu sebesar 25.90% dibandingkan nilai indikator lainnya secara keseluruhan. Berdasarkan hal diatas maka dapat dikatakan bahwa yang membentuk tingginya tingkat komitmen ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah dukungan yang diberikan oleh perusahaan maupaun manajemen dalam melakukan kegiatan ekspor. Sedangkan pada Industri Sarung palekat Menengah butir pertanyaan yang menyatakan bahwa ekspor merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan serta pengembangan usaha memiliki nilai yang paling dominan atau sebesar 28.01% dibandingkan nilai indikator lainnya secara keseluruhan. Berdasarkan hal diatas maka dapat dikatakan bahwa yang membentuk tingginya tingkat komitmen ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan adalah bahwa setiap perusahaan mementingkan ekspor sebagai hal yang penting dalam meningkatkan serta pengembangan usaha.

**Strategi Ekspor** dalam penelitian ini meliputi strategi perusahaan terhadap pemilihan distributor, adaptasi promosi yang dilakukan perusahaan, adaptasi produk yang dilakukan perusahaan serta strategi harga yang bersaing yang dilakukan oleh perusahaan penghasil Sarung Palekat skala Kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan. Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap kuesioner yang

disebarkan dan kemudian kembali kepada peneliti, maka secara lebih terperinci tanggapan responden terhadap variabel strategi ekspor adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Tanggapan terhadap Variabel Strategi Ekspor**

| Strategi Ekspor | Kecil     |            | Menengah  |            |
|-----------------|-----------|------------|-----------|------------|
|                 | Freq      | %          | Freq      | %          |
| Tinggi          | 41        | 91.11      | 16        | 76.19      |
| Rendah          | 4         | 8.89       | 5         | 23.81      |
| <b>Jumlah</b>   | <b>45</b> | <b>100</b> | <b>21</b> | <b>100</b> |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2003

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab bahwa strategi ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah 41 responden atau sebesar 91.11 % menyatakan bahwa strategi ekspor mereka tinggi dan sebanyak 4 responden atau sebesar 8.89 % menyatakan bahwa strategi ekspor mereka rendah sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan juga memiliki strategi ekspor yang tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah 16 responden atau sebesar 76.19 % menyatakan bahwa strategi ekspor mereka adalah tinggi dan sebanyak 5 responden atau sebesar 23.81 % menyatakan bahwa strategi ekspor mereka adalah rendah. Hal ini memberikan arti bahwa sebagian besar Industri Sarung Palekat Kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan telah memiliki strategi terhadap kegiatan ekspor yang baik.

Selanjutnya untuk lebih mengetahui secara terperinci pertanyaan mana dari ke 4 butir pertanyaan dari variabel strategi ekspor yang paling dominan dalam

membentuk strategi ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Frekuensi Jawaban Responden Strategi Ekspor**

| Skor     | Distributor |       | Harga |       | Produk |       | Promosi |       |
|----------|-------------|-------|-------|-------|--------|-------|---------|-------|
|          | Freq        | Total | Freq  | Total | Freq   | Total | Freq    | Total |
| Kecil    |             |       |       |       |        |       |         |       |
| 1        | 0           | 0     | 1     | 1     | 0      | 0     | 0       | 0     |
| 2        | 0           | 0     | 1     | 2     | 1      | 2     | 1       | 2     |
| 3        | 5           | 15    | 2     | 6     | 2      | 6     | 3       | 9     |
| 4        | 8           | 32    | 8     | 32    | 5      | 20    | 8       | 32    |
| 5        | 10          | 50    | 8     | 40    | 10     | 50    | 12      | 60    |
| 6        | 14          | 84    | 17    | 102   | 16     | 96    | 15      | 90    |
| 7        | 8           | 56    | 8     | 56    | 11     | 77    | 6       | 42    |
| Total    | 237         |       | 239   |       | 251    |       | 235     |       |
| %        | 24.64       |       | 24.84 |       | 26.09  |       | 24.43   |       |
| Menengah |             |       |       |       |        |       |         |       |
| 3        | 0           | 0     | 0     | 0     | 3      | 9     | 11      | 33    |
| 4        | 1           | 4     | 6     | 24    | 8      | 32    | 6       | 24    |
| 5        | 13          | 65    | 13    | 65    | 10     | 50    | 4       | 20    |
| 6        | 5           | 30    | 1     | 6     | 0      | 0     | 0       | 0     |
| 7        | 2           | 14    | 1     | 7     | 0      | 0     | 0       | 0     |
| Total    | 113         |       | 102   |       | 91     |       | 77      |       |
| %        | 29.50       |       | 26.63 |       | 23.76  |       | 20.10   |       |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2003

Dari tabel diatas terlihat bahwa pada Industri Sarung Palekat Kecil butir pertanyaan yang menyatakan bahwa perusahaan bersedia melayani permintaan terhadap produk tertentu dalam pelaksanaan kegiatan ekspor memiliki nilai yang paling dominan atau sebesar 26.09% dibandingkan nilai indikator lainnya secara keseluruhan. Berdasarkan hal diatas maka dapat dikatakan bahwa yang membentuk tingginya tingkat strategi ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah bersedianya perusahaan memenuhi pesanan ataupun permintaan

terhadap produk yang dibuat khusus bagi konsumen tertentu dalam melakukan kegiatan ekspor. Sedangkan pada Industri sarung Palekat Menengah butir pertanyaan yang menyatakan bahwa perusahaan menentukan pemilihan distributor atau agen yang berada baik didalam ataupun diluar negeri dalam kegiatan pendistribusian produk ekspor memiliki nilai yang paling dominan atau sebesar 29.50% dibandingkan nilai indikator lainnya secara keseluruhan. Berdasarkan hal diatas maka dapat dikatakan bahwa yang membentuk tingginya tingkat strategi ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan adalah bahwa setiap perusahaan menentukan sendiri pemilihan distributor yang berada didalam ataupun diluar negeri sebagai hal yang penting dalam meningkatkan serta pengembangan usaha.

**Karakteristik Produk** dalam penelitian ini meliputi teknologi yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan produk perusahaan, keunikan produk yang dimiliki perusahaan, pengalaman yang dimiliki perusahaan terhadap pembuatan produk serta cirri khas budaya yang melekat dalam produk yang dihasilkan oleh perusahaan penghasil Sarung Palekat skala Kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan. Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap kuesioner yang disebarkan dan kemudian kembali kepada peneliti, maka secara lebih terperinci tanggapan responden terhadap variabel karakteristik produk adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Tanggapan terhadap Variabel Karakteristik Produk**

| Karakteristik Produk | Kecil     |            | Menengah  |            |
|----------------------|-----------|------------|-----------|------------|
|                      | Freq      | %          | Freq      | %          |
| Tinggi               | 41        | 91.11      | 19        | 90.48      |
| Rendah               | 4         | 8.89       | 2         | 9.52       |
| <b>Jumlah</b>        | <b>45</b> | <b>100</b> | <b>21</b> | <b>100</b> |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2003

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab bahwa karakteristik produk pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah 41 responden atau sebesar 91.11 % menyatakan bahwa karakteristik produk mereka adalah tinggi dan sebanyak 4 responden atau sebesar 8.89 % menyatakan bahwa karakteristik produk mereka adalah rendah sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan juga memiliki karakteristik produk yang tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah 19 responden atau sebesar 90.48 % menyatakan bahwa karakteristik produk mereka tinggi dan sebanyak 2 responden atau sebesar 9.52 % menyatakan bahwa karakteristik produk mereka rendah. Hal ini memberikan arti bahwa hampir sebagian besar Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan telah memiliki karakteristik terhadap produk yang di ekspor dengan baik.

Selanjutnya untuk lebih mengetahui secara terperinci pertanyaan mana dari ke 4 butir pertanyaan dari variabel karakteristik produk yang paling dominan dalam membentuk karakteristik produk pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Frekuensi Jawaban Responden Karakteristik Produk**

| Skor     | Teknologi |       | Keunikan Prod |       | Pengalaman |       | Budaya |       |
|----------|-----------|-------|---------------|-------|------------|-------|--------|-------|
|          | Freq      | Total | Freq          | Total | Freq       | Total | Freq   | Total |
| Kecil    |           |       |               |       |            |       |        |       |
| 1        | 0         | 0     | 0             | 0     | 1          | 1     | 0      | 0     |
| 3        | 2         | 6     | 4             | 12    | 2          | 6     | 3      | 9     |
| 4        | 7         | 28    | 9             | 36    | 4          | 16    | 10     | 40    |
| 5        | 16        | 80    | 5             | 25    | 17         | 85    | 10     | 50    |
| 6        | 14        | 84    | 16            | 96    | 13         | 78    | 17     | 102   |
| 7        | 6         | 42    | 11            | 77    | 8          | 56    | 5      | 35    |
| Total    | 240       |       | 246           |       | 242        |       | 236    |       |
| %        | 24.90     |       | 25.52         |       | 25.10      |       | 24.48  |       |
| Menengah |           |       |               |       |            |       |        |       |
| 3        | 0         | 0     | 0             | 0     | 0          | 0     | 5      | 15    |
| 4        | 0         | 0     | 3             | 12    | 5          | 20    | 8      | 32    |
| 5        | 9         | 45    | 12            | 60    | 15         | 75    | 8      | 40    |
| 6        | 7         | 42    | 4             | 24    | 0          | 0     | 0      | 0     |
| 7        | 5         | 35    | 2             | 14    | 1          | 7     | 0      | 0     |
| Total    | 122       |       | 110           |       | 102        |       | 87     |       |
| %        | 28.98     |       | 26.13         |       | 24.23      |       | 20.67  |       |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2003

Dari tabel diatas terlihat bahwa pada Industri Sarung Palekat Kecil butir pertanyaan yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki keunikan terhadap produk yang dihasilkan perusahaan memiliki nilai yang paling dominan atau sebesar 25.52% dibandingkan nilai indikator lainnya secara keseluruhan. Berdasarkan hal diatas maka dapat dikatakan bahwa yang membentuk tingginya tingkat karakteristik produk pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah perusahaan memiliki keunikan terhadap produk dalam melakukan kegiatan ekspor. Sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah butir pertanyaan yang menyatakan bahwa perusahaan menggunakan alat dan mesin yang memadai dalam proses pembuatan

produk ekspor memiliki nilai yang paling dominan atau sebesar 28.98% dibandingkan nilai indikator lainnya secara keseluruhan. Berdasarkan hal diatas maka dapat dikatakan bahwa yang membentuk tingginya tingkat karakteristik produk ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan adalah bahwa setiap perusahaan telah menggunakan alat dan mesin yang memadai dalam pembuatan produk.

**Kinerja Ekspor** dalam penelitian ini meliputi tingkat penjualan ekspor yang dimiliki perusahaan dalam melaksanakan kegiatan ekspor, keuntungan ekspor yang didapat perusahaan, kepuasan terhadap hasil yang didapat melalui kegiatan ekspor serta bagaimana perusahaan melihat kinerja ekspor secara keseluruhan berdasarkan penjualan, keuntungan serta kepuasan yang dihasilkan oleh perusahaan penghasil Sarung Palekat skala Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan. Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap kuesioner yang disebarkan dan kemudian kembali kepada peneliti, maka secara lebih terperinci tanggapan responden terhadap variabel kinerja ekspor adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.21**  
**Tanggapan terhadap Variabel Kinerja Ekspor**

| Kinerja Ekspor | Kecil     |            | Menengah  |            |
|----------------|-----------|------------|-----------|------------|
|                | Freq      | %          | Freq      | %          |
| Tinggi         | 44        | 97.78      | 21        | 100.0      |
| Rendah         | 1         | 2.22       | 0         | 0.00       |
| <b>Jumlah</b>  | <b>45</b> | <b>100</b> | <b>21</b> | <b>100</b> |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2003

Berdasarkan tabel 4.21 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab bahwa kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di



Kabupaten Pekalongan memiliki kinerja ekspor yang tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah 44 responden atau sebesar 97.78 % menyatakan bahwa karakteristik produk mereka tinggi dan sebanyak 1 responden atau sebesar 2.22 % menyatakan bahwa kinerja ekspor mereka rendah sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan memiliki kinerja ekspor yang tinggi. Hal ini didukung oleh sejumlah 21 responden atau sebesar 100 % menyatakan bahwa kinerja ekspor mereka tinggi. Hal ini memberikan arti bahwa sebagian besar Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan telah memiliki kinerja ekspor yang baik.

Selanjutnya untuk lebih mengetahui secara terperinci pertanyaan mana dari ke 4 butir pertanyaan dari variabel kinerja ekspor yang paling dominan dalam membentuk kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan menengah di Kabupaten Pekalongan dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut;

**Tabel 4.22**  
**Frekuensi Jawaban Responden Kinerja Ekspor**

| Skor            | Penjualan |              | Keuntungan |              | Kepuasan |              | Keseluruhan |              |
|-----------------|-----------|--------------|------------|--------------|----------|--------------|-------------|--------------|
|                 | Freq      | Total        | Freq       | Total        | Freq     | Total        | Freq        | Total        |
| <b>Kecil</b>    |           |              |            |              |          |              |             |              |
| 3               | 2         | 6            | 0          | 0            | 2        | 6            | 2           | 6            |
| 4               | 5         | 20           | 4          | 16           | 6        | 24           | 4           | 16           |
| 5               | 10        | 50           | 15         | 75           | 14       | 70           | 10          | 50           |
| 6               | 13        | 78           | 13         | 78           | 13       | 78           | 17          | 102          |
| 7               | 15        | 105          | 13         | 91           | 10       | 70           | 12          | 84           |
| <b>Total</b>    |           | <b>259</b>   |            | <b>260</b>   |          | <b>248</b>   |             | <b>258</b>   |
| <b>%</b>        |           | <b>25.27</b> |            | <b>25.37</b> |          | <b>24.20</b> |             | <b>25.17</b> |
| <b>Menengah</b> |           |              |            |              |          |              |             |              |
| 4               | 0         | 0            | 1          | 4            | 0        | 0            | 0           | 0            |
| 5               | 0         | 0            | 7          | 35           | 1        | 5            | 4           | 20           |
| 6               | 0         | 0            | 1          | 6            | 1        | 6            | 1           | 6            |
| 7               | 21        | 147          | 12         | 84           | 19       | 133          | 16          | 112          |
| <b>Total</b>    |           | <b>147</b>   |            | <b>129</b>   |          | <b>144</b>   |             | <b>138</b>   |
| <b>%</b>        |           | <b>26.34</b> |            | <b>23.12</b> |          | <b>25.81</b> |             | <b>24.73</b> |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2000

Dari tabel 4.22 diatas terlihat bahwa pada Industri Sarung Palekat Kecil butir pertanyaan yang menyatakan bahwa keuntungan penjualan ekspor selama tiga tahun terakhir menunjukkan hasil yang diharapkan memiliki nilai yang paling dominan atau sebesar 25.37% dibandingkan nilai indikator lainnya secara keseluruhan. Berdasarkan hal diatas dapat dikatakan bahwa yang membentuk tingginya tingkat kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan adalah bahwa perusahaan memiliki keuntungan yang diharapkan dalam tiga tahun terakhir melakukan kegiatan ekspor. Sedangkan pada Industri Sarung Palekat Menengah butir pertanyaan yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki pertumbuhan penjualan ekspor dalam tiga tahun terakhir sesuai dengan hasil yang diharapkan memiliki nilai yang paling dominan atau sebesar 26.34% dibandingkan nilai indikator lainnya secara keseluruhan. Berdasarkan hal diatas maka dapat dikatakan bahwa yang membentuk tingginya tingkat kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan adalah bahwa setiap perusahaan dalam tiga tahun terakhir memiliki pertumbuhan penjualan ekspor sesuai dengan yang diharapkan..

#### **4.6 Analisis Regresi.**

##### **4.6.1 Hasil Analisis Regresi Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan.**

Setelah dilakukan uji asumsi klasik disimpulkan bahwa model regresi berganda untuk kasus Industri Sarung Palekat Menengah telah bebas dari

penyimpangan asumsi klasik. Adapun hasil estimasi regresi berganda pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

**Tabel 4.23**  
**Model Regresi Industri Sarung Palekat Menengah**

| Independen Variabel      | Koefisien      | t <sub>hitung</sub> | Sign.  | VIF   |
|--------------------------|----------------|---------------------|--------|-------|
| Konstanta                | 1.677          | 3.208               | 0.005* |       |
| Karakteristik Perusahaan | 0.243          | 2.619               | 0.019* | 1.163 |
| Komitmen Ekspor          | 0.399          | 2.847               | 0.012* | 2.656 |
| Strategi Ekspor          | 0.294          | 2.294               | 0.036* | 2.218 |
| Karakteristik Produk     | 0.252          | 2.157               | 0.047* | 1.846 |
| R <sup>2</sup>           | 0.882          |                     |        |       |
| Fhitung                  | 29.825         |                     |        |       |
| Signifikansi F           | 0.000          |                     |        |       |
| N                        | 21             |                     |        |       |
| DW                       | 1.520          |                     |        |       |
| Dependen Variabel        | Kinerja Ekspor |                     |        |       |

\*Signifikan pada taraf nyata kurang dari 5%

Model ini menggambarkan pengaruh variabel independen karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan.

Nilai koefisien regresi masing-masing variabel tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu kinerja ekspor. Tanda positif (+) menggambarkan setiap pengaruh dari variabel tersebut. Besarnya nilai koefisien karakteristik perusahaan menjelaskan bahwa dengan

meningkatnya karakteristik perusahaan akan berpengaruh terhadap variabel kinerja ekspor sebesar 0.243, besaran koefisien komitmen ekspor menjelaskan bahwa dengan meningkatnya komitmen ekspor akan berpengaruh terhadap kinerja ekspor sebesar 0.399. Besarnya nilai koefisien pada variabel strategi ekspor menjelaskan bahwa dengan meningkatnya strategi perusahaan akan berpengaruh terhadap kinerja ekspor sebesar 0.294, dan besaran koefisien pada variabel karakteristik produk menjelaskan bahwa setiap peningkatan karakteristik produk akan berpengaruh terhadap kinerja ekspor sebesar 0.252.

Dari tabel 4.23 diatas juga terlihat bahwa dari ke 4 variabel independen yang dianalisis ternyata variabel komitmen ekspor memiliki pengaruh yang paling besar pengaruhnya terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan yaitu sebesar 0.399. Hal ini berarti besarnya pengaruh komitmen ekspor pada industri menengah ini yang terdiri dari pentingnya kegiatan ekspor bagi peningkatan serta pengembangan usaha, dukungan ekspor dari seluruh pihak perusahaan, perencanaan dan pengawasan ekspor serta jumlah karyawan yang memadai berpengaruh sebesar 39.9%, yang kedua adalah variabel strategi ekspor yang terdiri dari strategi pemilihan distributor, adaptasi promosi, adaptasi produk serta strategi penetapan harga yang bersaing berpengaruh sebesar 29.4% yang ketiga adalah karakteristik produk yang terdiri dari teknologi dalam pembuatan produk yang dimiliki perusahaan, keunikan produk, pengalaman perusahaan dalam pembuatan produk dan kekhususan budaya berpengaruh sebesar 25.2%, dan variabel terakhir adalah variabel karakteristik perusahaan yang terdiri dari kemampuan perusahaan

(sumberdaya) yang dimiliki dalam menjalankan kegiatan ekspor, unit ekspor yang terpisah, perencanaan usaha yang tertulis serta pengalaman dalam menjalankan kegiatan ekspor yang dimiliki perusahaan berpengaruh sebesar 24.3%.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.882 atau 88,2 % memberikan arti bahwa kinerja ekspor dijelaskan oleh 88,2 % oleh variabel-variabel bebas tersebut, sedangkan sisanya diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak masuk dalam penelitian ini. Nilai konstanta 1.677 dalam persamaan ini menjelaskan bahwa dalam kondisi tidak adanya pengaruh dari variabel bebas, besarnya variasi variabel dependen adalah 1.677.

Dari hasil analisis dengan nilai  $F_{hitung}$  29.825 dan signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa variabel-variabel regresor yang terdiri dari karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan.

Dengan demikian terlihat bahwa secara bersama-sama atau secara simultan variabel regresor (karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk) menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen kinerja ekspor terbukti. Hal ini berarti bahwa usaha menengah khususnya Industri Sarung Palekat di Kabupaten Pekalongan harus memperhatikan variabel-variabel karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk agar dapat mencapai kinerja ekspor yang lebih baik.

#### 4.6.1.1 Variabel Karakteristik Perusahaan

Dari hasil analisis variabel karakteristik perusahaan diperoleh nilai  $t = 2.619$  dan tingkat signifikansi 0.019. Dengan kriteria uji :

Hipotesis nol di terima pada taraf signifikan 5 % atau nilai  $0,019 < 0,05$ , maka hipotesis nol yang berbunyi bahwa variabel independen bukan merupakan penjelas bagi variabel terikat ditolak dan menerima hipotesis alternatif yaitu: bahwa variabel bebas tersebut merupakan variabel penjelas bagi variabel terikat.

Hipotesis 1 penelitian yang menduga "*Terdapat pengaruh yang positif antara karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor*" terbukti

Dari hasil uji hipotesis diatas berarti bahwa karakteristik perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan. Hal ini berarti karakteristik perusahaan yang terdiri dari kemampuan sumber daya perusahaan yang memadai, kepemilikan unit ekspor yang terpisah, perencanaan usaha tertulis yang dimiliki perusahaan dan pengalaman ekspor yang dimiliki perusahaan dapat meningkatkan kinerja ekspor Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan. Dengan adanya pengaruh antara karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor, maka dalam proses peningkatan kinerja ekspor setiap Industri Sarung Palekat Menengah perlu mengembangkan hal-hal yang menjadi bagian dari karakteristik perusahaan yang dapat mendorong peningkatan kinerja ekspor. Kenyataan ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya yang dilakukan oleh Katsikeas, et al (1996), yang menggunakan karakteristik perusahaan sebagai salah satu variabel yang

berpengaruh terhadap kinerja ekspor, Bijmolt and Peter S. Zwart (1994), Cavusgil & Zou's (1994), Beamish, Karavis, Goerzen, Lane, (1999) yang menyatakan bahwa karakteristik perusahaan (*firm characteristics*) berpengaruh terhadap keberhasilan ekspor.

#### 4.6.1.2 Variabel Komitmen Ekspor

Dari hasil analisis variabel komitmen ekspor diperoleh nilai  $t = 2.847$  dan tingkat signifikansi 0.012. Dengan kriteria uji :

Hipotesis nol di terima pada taraf signifikan 5 % atau  $0,012 < 0,05$ , maka hipotesis nol yang berbunyi bahwa variabel independen bukan merupakan penjelas bagi variabel terikat ditolak dan menerima hipotesis alternatif yaitu bahwa variabel bebas tersebut merupakan variabel penjelas bagi variabel terikat.

Hipotesis 2 penelitian yang menduga "*Terdapat pengaruh yang positif antara komitmen ekspor terhadap kinerja ekspor*" terbukti

Dari hasil uji hipotesis diatas berarti bahwa komitmen ekspor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan. Hal ini berarti komitmen ekspor yang terdiri dari pentingnya kegiatan ekspor bagi peningkatan serta pengembangan usaha, dukungan ekspor yang diberikan setiap pihak dalam perusahaan, perencanaan dan pengawasan dalam pelaksanaan kegiatan ekspor serta keberadaan jumlah pegawai yang memadai dalam kegiatan ekspor dapat meningkatkan kinerja ekspor Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan. Kenyataan ini mendukung hasil

penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Beamish, Craig, and McLellan, 1993; yang melihat pada komitmen sebagai prediksi terhadap kinerja ekspor, serta Cavusgil dan Zou (1994) yang menyatakan bahwa komitmen manajemen yang tinggi mendorong perusahaan secara agresif mengejar peluang pasar ekspor dan strategi pemasaran ekspor efektif untuk meningkatkan kinerja ekspor. Peter GP and Saeed Samiee, 1990 juga menyatakan bahwa ekspor komitmen merupakan salah satu variabel yang dipakai dalam mengukur kinerja ekspor.

Dengan adanya pengaruh komitmen ekspor perusahaan terhadap kinerja ekspor, maka dalam proses peningkatan kinerja ekspor setiap usaha menengah perlu mengembangkan hal-hal yang menjadi bagian dari komitmen ekspor yang digunakan dalam penelitian ini yang nantinya diharapkan dapat mendorong peningkatan kinerja ekspor.

#### 4.6.1.3 Variabel Strategi Ekspor

Dari hasil analisis variabel strategi ekspor diperoleh nilai  $t$  2.294 dan tingkat signifikansi 0.036. Dengan kriteria uji :

Hipotesis nol di terima pada taraf signifikan 5 % atau nilai  $0,036 < 0,05$ , maka hipotesis nol yang berbunyi bahwa variabel independen bukan merupakan penjelas bagi variabel terikat ditolak dan menerima hipotesis alternatif yaitu bahwa variabel bebas tersebut merupakan variabel penjelas bagi variabel terikat.

Hipotesis 3 penelitian yang menduga "*Terdapat pengaruh yang positif antara strategi ekspor terhadap kinerja ekspor*" terbukti



Dari hasil uji hipotesis diatas berarti bahwa strategi ekspor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan. Hal ini berarti strategi ekspor yang terdiri dari menentukan pemilihan terhadap distributor produk yang akan diekspor, penetapan harga yang bersaing, perusahaan melayani permintaan terhadap produk khusus serta penyesuaian promosi terhadap negara tujuan ekspor dapat meningkatkan kinerja ekspor Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan. Kenyataan ini mendukung hasil-hasil penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya seperti di jelaskan sebelumnya oleh Peter GP and Saeed Samiee, 1990, Cavusgil dan Zou (1994), Beamish dan Craig (1993) bahwa salah satu sumber yang dimiliki oleh usaha kecil dan menengah dan memiliki implikasi yang signifikan terhadap kinerja ekspor adalah ekspor strategi dan mengatakan strategi ekspor sebagai salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor,

Dengan adanya pengaruh strategi ekspor perusahaan terhadap kinerja ekspor, maka dalam proses peningkatan kinerja ekspor setiap usaha menengah perlu mengembangkan hal-hal yang menjadi bagian dari strategi ekspor yang digunakan dalam penelitian ini yang nantinya diharapkan dapat mendorong peningkatan kinerja ekspor.

#### **4.6.1.4 Variabel Karakteristik Produk**

Dari hasil analisis variabel karakteristik produk diperoleh nilai  $t$  2.157 dan tingkat signifikansi 0.047. Dengan kriteria uji :

Hipotesis nol di terima pada taraf signifikan 5 % atau nilai  $0,047 < 0,05$ , maka hipotesis nol yang berbunyi bahwa variabel independen bukan merupakan penjelas bagi variabel terikat ditolak dan menerima hipotesis alternatif yaitu bahwa variabel bebas tersebut merupakan variabel penjelas bagi variabel terikat.

Hipotesis 4 penelitian yang menduga "*Terdapat pengaruh yang positif antara karakteristik produk terhadap kinerja ekspor*" terbukti.

Dari hasil uji hipotesis diatas berarti bahwa karakteristik produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan. Hal ini berarti karakteristik produk yang terdiri dari penggunaan teknologi yang memadai untuk menghasilkan produk yang akan diekspor, keunikan produk yang dimiliki perusahaan terhadap pesaingnya, pengalaman perusahaan dalam proses pembuatan produk serta terdapatnya ciri khas budaya yang terdapat dalam produk perusahaan dapat meningkatkan kinerja ekspor Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan. Kenyataan ini mendukung hasil-hasil penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya seperti di jelaskan oleh Zou dan Stan (1998) Beamish, Craig, dan McLellan's (1993), Cavusgil and Zou (1994) yang mengemukakan bahwa karakteristik produk dianggap sebagai faktor penting yang menentukan penjualan, pertumbuhan dan keuntungan ekspor dan menyatakan variabel karakteristik produk sebagai salah satu variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap kinerja ekspor pada usaha kecil dan menengah.

Dengan adanya pengaruh karakteristik produk perusahaan terhadap kinerja ekspor, maka dalam proses peningkatan kinerja ekspor setiap usaha menengah perlu mengembangkan hal-hal yang menjadi bagian dari karakteristik produk yang digunakan dalam penelitian ini seperti penggunaan teknologi produk, memiliki keunikan produk, memiliki pengalaman terhadap produk perusahaan serta memiliki ciri khas yang nantinya diharapkan dapat mendorong peningkatan kinerja ekspor.

#### **4.6.2 Hasil Analisis Regresi Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan.**

Setelah dilakukan uji asumsi klasik yang menyimpulkan bahwa model regresi berganda untuk kasus Industri Sarung Palekat Kecil memenuhi syarat maka hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan dalam tabel 4.24.

Model ini menggambarkan pengaruh variabel independen karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan.

Nilai koefisien regresi masing-masing variabel tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu kinerja ekspor. Tanda positif (+) menggambarkan setiap pengaruh dari variabel tersebut. Besarnya nilai koefisien karakteristik perusahaan menjelaskan bahwa dengan meningkatnya karakteristik perusahaan akan berpengaruh terhadap variabel kinerja ekspor sebesar 0.213, besaran koefisien komitmen ekspor menjelaskan bahwa dengan

meningkatnya komitmen ekspor akan berpengaruh terhadap kinerja ekspor sebesar 0.222. Besarnya nilai koefisien pada variabel strategi ekspor menjelaskan bahwa dengan meningkatnya strategi perusahaan akan berpengaruh terhadap kinerja ekspor sebesar 0.356, dan besaran koefisien pada variabel karakteristik produk menjelaskan bahwa setiap peningkatan karakteristik produk akan berpengaruh terhadap kinerja ekspor sebesar 0.305.

**Tabel 4.24**  
**Model Regresi Industri Sarung Palekat Kecil**

| Independen Variabel      | Koefisien      | t <sub>hitung</sub> | Sign.  | Vif   |
|--------------------------|----------------|---------------------|--------|-------|
| Konstanta                | 1.240          | 3.185               | 0.003* |       |
| Karakteristik Perusahaan | 0.213          | 2.314               | 0.026* | 1.514 |
| Komitmen Ekspor          | 0.222          | 2.127               | 0.040* | 1.946 |
| Strategi Ekspor          | 0.356          | 3.535               | 0.001* | 1.809 |
| Karakteristik Produk     | 0.305          | 3.215               | 0.003* | 1.603 |
| R <sup>2</sup>           | 0.776          |                     |        |       |
| F <sub>hitung</sub>      | 34.567         |                     |        |       |
| Signifikansi F           | 0.000          |                     |        |       |
| N                        | 45             |                     |        |       |
| DW                       | 1.116          |                     |        |       |
| Dependen Variabel        | Kinerja Ekspor |                     |        |       |

\*Signifikan pada taraf nyata kurang dari 5%

Dari tabel 4.24 diatas juga terlihat bahwa dari ke 4 variabel independen yang dianalisis ternyata variabel strategi ekspor memiliki pengaruh yang paling besar pengaruhnya terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di

Kabupaten Pekalongan yaitu sebesar 0.356. Hal ini berarti bahwa strategi ekspor yang terdiri dari strategi pemilihan distributor dalam melaksanakan kegiatan ekspor , adaptasi promosi, adaptasi produk dengan cara menerima ataupun melayani permintaan khusus serta strategi penetapan harga yang bersaing berpengaruh sebesar 35.6 %. Hal ini berarti besarnya pengaruh, yang kedua adalah variabel karakteristik produk yang terdiri dari teknologi dalam pembuatan produk yang dimiliki perusahaan, keunikan produk yang dimiliki perusahaan , pengalaman perusahaan dalam pembuatan produk dan kekhususan budaya berpengaruh sebesar 30.5%, yang ketiga adalah komitmen ekspor pada industri Kecil ini yang terdiri dari pentingnya kegiatan ekspor bagi peningkatan serta pengembangan usaha, dukungan ekspor dari seluruh pihak perusahaan, perencanaan dan pengawasan ekspor serta jumlah karyawan yang memadai berpengaruh sebesar 22,2% dan variabel terakhir adalah karakteristik perusahaan yang terdiri dari kemampuan perusahaan (sumberdaya) yang dimiliki dalam menjalankan kegiatan ekspor, unit ekspor yang terpisah, perencanaan usaha yang tertulis serta pengalaman dalam menjalankan kegiatan ekspor yang dimiliki perusahaan berpengaruh sebesar 21.3%

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.776 atau 77.6 % memberikan arti bahwa kinerja ekspor dijelaskan oleh 77.6 % oleh variabel-variabel bebas tersebut, sedangkan sisanya diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak masuk dalam penelitian ini. Nilai konstanta 1.240 dalam

persamaan ini menjelaskan bahwa dalam kondisi tidak adanya pengaruh dari variabel bebas, besarnya variasi variabel dependen adalah 1.240.

Dari hasil analisis dengan nilai  $F_{hitung}$  34.567 dan signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa variabel-variabel regresor yang terdiri dari karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan.

Dengan demikian terlihat bahwa secara bersama-sama atau secara simultan variabel regresor (karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk) menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen kinerja ekspor terbukti. Hal ini berarti bahwa usaha Kecil khususnya Industri Sarung Palekat di Kabupaten Pekalongan harus memperhatikan variabel-variabel karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk agar dapat mencapai kinerja ekspor yang lebih baik.

#### **4.6.2.1 Variabel Karakteristik Perusahaan**

Dari hasil analisis variabel karakteristik perusahaan diperoleh nilai  $t$  2.314 dan tingkat signifikansi 0.026. Dengan kriteria uji :

Hipotesis nol di terima pada taraf signifikan 5 % atau nilai  $0,026 < 0,05$ , maka hipotesis nol yang berbunyi bahwa variabel independen bukan merupakan penjelas bagi variabel terikat ditolak dan menerima hipotesis alternatif yaitu: bahwa variabel bebas tersebut merupakan variabel penjelas bagi variabel terikat.

Hipotesis 1 penelitian yang menduga “*Terdapat pengaruh positif antara karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor*” terbukti

Dari hasil uji hipotesis diatas berarti bahwa karakteristik perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan. Hal ini berarti karakteristik perusahaan yang terdiri dari kemampuan sumber daya perusahaan yang memadai, kepemilikan unit ekspor yang terpisah, perencanaan usaha tertulis yang dimiliki perusahaan dan pengalaman ekspor yang dimiliki perusahaan dapat meningkatkan kinerja ekspor Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan. Kenyataan ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya yang dilakukan oleh Katsikeas, et al (1996), yang menggunakan karakteristik perusahaan sebagai salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor, Bijmolt and Peter S. Zwart (1994), Cavusgil & Zou's (1994), Beamish, Karavis, Goerzen, Lane, (1999) yang menyatakan bahwa karakteristik perusahaan (*firm characteristics*) berpengaruh terhadap keberhasilan ekspor. Dengan adanya pengaruh antara karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor, maka dalam proses peningkatan kinerja ekspor setiap Industri Sarung Palekat Kecil perlu mengembangkan hal-hal yang menjadi bagian dari karakteristik perusahaan seperti kemampuan perusahaan, unit ekspor yang terpisah, perencanaan usaha yang tertulis dan pengalaman ekspor perusahaan yang dapat mendorong peningkatan kinerja ekspor

#### 4.6.2.2 Variabel Komitmen Ekspor

Dari hasil analisis variabel komitmen ekspor diperoleh nilai  $t = 2.127$  dan tingkat signifikansi 0.040. Dengan kriteria uji :

Hipotesis nol di terima pada taraf signifikan 5 % atau  $0,040 < 0,05$ , maka hipotesis nol yang berbunyi bahwa variabel independen bukan merupakan penjelas bagi variabel terikat ditolak dan menerima hipotesis alternatif yaitu bahwa variabel bebas tersebut merupakan variabel penjelas bagi variabel terikat.

Hipotesis 2 penelitian yang menduga *“Terdapat pengaruh positif antara komitmen ekspor terhadap kinerja ekspor”* terbukti `

Dari hasil uji hipotesis diatas berarti bahwa komitmen ekspor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan. Hal ini berarti komitmen ekspor yang terdiri dari pentingnya kegiatan ekspor bagi peningkatan serta pengembangan usaha, dukungan ekspor yang diberikan setiap pihak dalam perusahaan, perencanaan dan pengawasan dalam pelaksanaan kegiatan ekspor serta keberadaan jumlah pegawai yang memadai dalam kegiatan ekspor dapat meningkatkan kinerja ekspor Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan. Kenyataan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Beamish, Craig, and McLellan, 1993; yang melihat pada komitmen sebagai prediksi terhadap kinerja ekspor, serta Cavusgil dan Zou (1994) yang menyatakan bahwa komitmen manajemen yang tinggi mendorong perusahaan secara agresif mengejar peluang pasar ekspor dan strategi pemasaran ekspor efektif untuk meningkatkan kinerja ekspor. Peter GP and Saeed Samiee, 1990 juga menyatakan



bahwa ekspor komitmen merupakan salah satu variabel yang dipakai dalam mengukur kinerja ekspor.

Dengan adanya pengaruh komitmen ekspor perusahaan terhadap kinerja ekspor, maka dalam proses peningkatan kinerja ekspor setiap usaha Kecil perlu mengembangkan hal-hal yang menjadi bagian dari komitmen ekspor yang digunakan dalam penelitian ini seperti anggapan mengenai pentingnya ekspor bagi perusahaan, memberikan dukungan bagi kegiatan ekspor, melakukan perencanaan dan pengawasan ekspor serta jumlah pegawai yang memadai dalam melakukan kegiatan ekspor yang nantinya diharapkan dapat mendorong peningkatan kinerja ekspor.

#### 4.6.2.3 Variabel Strategi Ekspor

Dari hasil analisis variabel strategi ekspor diperoleh nilai  $t$  3.535 dan tingkat signifikansi 0.001. Dengan kriteria uji :

Hipotesis nol di terima pada taraf signifikan 5 % atau nilai  $0,001 < 0,05$ , maka hipotesis nol yang berbunyi bahwa variabel independen bukan merupakan penjelas bagi variabel terikat ditolak dan menerima hipotesis alternatif yaitu bahwa variabel bebas tersebut merupakan variabel penjelas bagi variabel terikat.

Hipotesis 3 penelitian yang menduga *“Terdapat pengaruh positif antara strategi ekspor terhadap kinerja ekspor”* terbukti

Dari hasil uji hipotesis diatas berarti bahwa strategi ekspor berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan. Hal ini berarti strategi ekspor yang terdiri dari menentukan

pemilihan terhadap distributor produk yang akan diekspor, penetapan harga yang bersaing, perusahaan melayani permintaan terhadap produk khusus serta penyesuaian promosi terhadap negara tujuan ekspor dapat meningkatkan kinerja ekspor Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan. Kenyataan ini mendukung hasil-hasil penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya seperti di jelaskan sebelumnya oleh Peter GP and Saeed Samiee, 1990, Cavusgil dan Zou (1994), Beamish dan Craig (1993) bahwa salah satu sumber yang dimiliki oleh usaha kecil dan menengah dan memiliki implikasi yang signifikan terhadap kinerja ekspor adalah ekspor strategi dan mengatakan strategi ekspor sebagai salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor,

Dengan adanya pengaruh strategi ekspor perusahaan terhadap kinerja ekspor, maka dalam proses peningkatan kinerja ekspor setiap usaha Kecil perlu mengembangkan hal-hal yang menjadi bagian dari strategi ekspor yang digunakan dalam penelitian ini seperti strategi distributor, adanya adaptasi promosi, melakukan adaptasi produk serta menentukan strategi harga yang bersaing yang nantinya diharapkan dapat mendorong peningkatan kinerja ekspor

#### **4.6.2.4 Variabel Karakteristik Produk**

Dari hasil analisis variabel karakteristik produk diperoleh nilai  $t$  3.215 dan tingkat signifikansi 0.003. Dengan kriteria uji :

Hipotesis nol di terima pada taraf signifikan 5 % atau nilai  $0,003 < 0,05$ , maka hipotesis nol yang berbunyi bahwa variabel independen bukan merupakan penjelas

bagi variabel terikat ditolak dan menerima hipotesis alternatif yaitu bahwa variabel bebas tersebut merupakan variabel penjelas bagi variabel terikat.

Hipotesis 4 penelitian yang menduga "*Terdapat pengaruh positif antara karakteristik produk terhadap kinerja ekspor*" terbukti.

Dari hasil uji hipotesis diatas berarti bahwa karakteristik produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan. Hal ini berarti karakteristik produk yang terdiri dari penggunaan teknologi yang memadai untuk menghasilkan produk yang akan diekspor, keunikan produk yang dimiliki perusahaan terhadap pesaingnya, pengalaman perusahaan dalam proses pembuatan produk serta terdapatnya ciri khas budaya yang terdapat dalam produk perusahaan dapat meningkatkan kinerja ekspor Industri Sarung Palekat Kecil di Kabupaten Pekalongan. Kenyataan ini mendukung hasil-hasil penelitian yang dilakukan peneliti sebelumnya seperti di jelaskan oleh Zou dan Stan (1998) Beamish, Craig, dan McLellan's (1993), Cavusgil and Zou (1994) yang mengemukakan bahwa karakteristik produk dianggap sebagai faktor penting yang menentukan penjualan, pertumbuhan dan keuntungan ekspor dan menyatakan variabel karakteristik produk sebagai salah satu variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap kinerja ekspor pada usaha kecil dan menengah.

Dengan adanya pengaruh karakteristik produk perusahaan terhadap kinerja ekspor, maka dalam proses peningkatan kinerja ekspor setiap usaha Kecil perlu mengembangkan hal-hal yang menjadi bagian dari karakteristik produk yang digunakan dalam penelitian ini seperti penggunaan teknologi produk, memiliki

keunikan produk, memiliki pengalaman terhadap produk perusahaan serta memiliki cirri khas yang nantinya diharapkan dapat mendorong peningkatan kinerja ekspor.

#### **4.6.3 Uji Beda Model Regresi Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan**

Selanjutnya untuk melihat apakah ada perbedaan yang signifikan antara model regresi pada Industri Sarung Palekat Kecil dengan model regresi pada Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan akan dilakukan uji chow (*Chow Test*)

Dengan melakukan perhitungan terhadap tiga model regresi yaitu model regresi Industri Sarung Palekat total, regresi Industri Sarung Palekat Menengah dan Industri Sarung Palekat Kecil diperoleh ringkasan pada tabel 4.25.

Berdasarkan tabel 4.25 diatas terlihat  $F_{hitung}$  58.56 lebih besar dibandingkan terhadap nilai  $F_{tabel}$  2.53 (yang dihitung pada  $df$  60, 4 dan  $\alpha$  0,5). Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka hipotesis nol dapat ditolak, artinya tidak ada perbedaan yang signifikan antara model regresi pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan.

Jadi fungsi faktor-faktor internal perusahaan seperti karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor serta karakteristik produk tidak berbeda secara signifikan terhadap kinerja ekspor untuk kedua jenis industri tersebut baik Industri Sarung Palekat Kecil dan industri Sarung Palekat Menengah di Kabupaten Pekalongan.

UPT-PUSTAK-UNDIP

**Tabel 4.25**  
**Indikator Statistik untuk Uji Chow Test**

| Keterangan  | Nilai  |
|---|--------|
| Sum of square residual model total                    | 30.090 |
| Sum of square residual model usaha Kecil( $S_2$ )     | 5.550  |
| Jumlah sampel model usaha kecil                       | 45     |
| Sum of square residual model usaha menengah ( $S_3$ ) | .422   |
| Jumlah sampel model usaha menengah                    | 21     |
| $S_4 = (S_2 + S_3)$                                   | 5.972  |
| $S_5 = (S_1 - S_4)$                                   | 24.118 |
| $K_s$ (Parameter yang di estimasi)                    | 4      |
| $(N_1 + N_2 - 2k)$                                    | 58     |
| $F_{hitung}$  | 58.56  |
| $F_{tabel}$   | 2.53   |

Tidak adanya perbedaan antara Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah dapat dimungkinkan karena pada kenyataannya banyak industri Kecil yang lebih berorientasi ekspor dengan menerima pesanan-pesanan khusus untuk diekspor, sedangkan dalam industri menengah mereka cenderung untuk tidak menerima pesanan khusus selain itu mereka juga masih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar dalam negeri.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN**

Bab V menjelaskan mengenai kesimpulan hipotesis, kesimpulan masalah penelitian, implikasi teoritis, implikasi kebijakan manajerial, keterbatasan penelitian dan agenda penelitian mendatang. Uraian mengenai implikasi kebijakan manajerial akan dihubungkan dengan hasil analisis, dan keterbatasan penelitian serta agenda penelitian mendatang dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Pada Bab I telah diuraikan permasalahan utama yang muncul yang didasarkan pada kondisi dimana industri-industri Kecil dan Menengah ,khususnya Industri Sarung Palekat yang ada di Kabupaten Pekalongan agar dapat meningkatkan kinerja ekspornya. Karena itu penelitian ini akan melihat faktor internal perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat di Kabupaten Pekalongan melalui empat variabel yang dianggap sesuai dengan kondisi yang ada pada industri tersebut. Pemilihan keempat variabel ini didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan terhadap kinerja ekspor pada industri Kecil dan Menengah yaitu karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk. Pada penelitian sebelumnya terlihat bahwa variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah.

Penelitian yang dilakukan adalah untuk menjawab *research problem* seperti yang telah diuraikan diatas. Oleh karena itu telah dilakukan telaah pustaka yang ada pada Bab II dan kemudian diajukan hipotesis-hipotesis penelitian untuk meneliti pengaruh karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor serta karakteristik produk terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah khususnya Industri Sarung Palekat baik secara parsial ataupun secara simultan.

Dari kerangka teoritis yang ada pada Bab II dilakukan pengujian dengan uraian metode penelitian pada Bab III. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada pimpinan Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan yang melakukan kegiatan ekspor baik langsung ataupun tidak langsung dengan jumlah sampel adalah seluruh populasi (*sensus*) yang total keseluruhan industri tersebut berjumlah 66 perusahaan, yang terdiri dari 45 perusahaan masuk dalam skala usaha Kecil dan 21 perusahaan masuk dalam skala usaha menengah.

Analisis data diuraikan dalam Bab IV dengan menggunakan alat analisis regresi berganda yang terdapat dalam SPSS 11.5. Teknik analisis regresi telah digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang diajukan dan dari hasil analisis data diperoleh kesimpulan bahwa semua hipotesis yang diajukan dapat diterima sehingga model yang diajukan dapat diterima. Sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor, terdapat pengaruh yang signifikan antara komitmen ekspor terhadap kinerja ekspor, terdapat

pengaruh yang signifikan antara strategi ekspor terhadap kinerja ekspor dan terdapat pengaruh yang signifikan antara karakteristik produk terhadap kinerja ekspor

### **5.1 Kesimpulan Hipotesis Variabel Karakteristik Perusahaan, Komitmen Ekspor, Strategi Ekspor dan Karakteristik Produk Terhadap Kinerja Ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan.**

Dari keempat variabel bebas tersebut, seluruhnya berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan.

Variabel bebas *karakteristik perusahaan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada usaha kecil dan menengah tersebut, sehingga dari hasil analisis tersebut *hipotesis penelitian ke 1 terbukti* yaitu terdapat pengaruh yang positif antara karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di kabupaten pekalongan.

Variabel bebas *komitmen ekspor* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah tersebut, sehingga dari hasil analisis tersebut *hipotesis penelitian ke 2 terbukti* yaitu terdapat pengaruh yang positif antara komitmen ekspor terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan.

Variabel bebas *strategi ekspor* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah tersebut, sehingga dari hasil analisis tersebut *hipotesis penelitian ke 3 terbukti* yaitu terdapat pengaruh yang positif antara



strategi ekspor terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan.

Variabel bebas *karakteristik produk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah tersebut, sehingga dari hasil analisis tersebut *hipotesis penelitian ke 4 terbukti* yaitu terdapat pengaruh yang positif antara karakteristik produk terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan.

Dari hasil analisis uji F menunjukkan bahwa variabel-variabel regresor yang terdiri dari karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan.

Setelah dilakukan uji beda model regresi berganda baik di Industri Sarung Palekat Kecil dan Industri Sarung Palekat menengah di Kabupaten Pekalongan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan secara signifikan antara model regresi pada Industri Sarung Palekat Kecil dan model regresi pada Industri Sarung Palekat menengah di Kabupaten Pekalongan.

## 5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan pengujian terhadap beberapa variabel yaitu karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor serta karakteristik produk. Pengujian ini dilakukan berdasarkan latar belakang penelitian dan masalah dan masalah penelitian yang telah diuraikan dalam bab I.

Penelitian ini memperoleh dukungan yang signifikan yang memperkuat konsep bahwa untuk membangun sebuah kinerja ekspor yang baik diperlukan faktor karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk sehingga berdasarkan hal tersebut dikembangkan hipotesis-hipotesis dan melalui pengujian regresi berganda telah dapat diambil kesimpulan penelitian.

Pengujian terhadap hipotesis 1, hipotesis 2, hipotesis 3, dan hipotesis 4 membuktikan bahwa: *Karakteristik perusahaan Komitmen ekspor. Strategi ekspor dan. Karakteristik produk* merupakan salah satu pemicu meningkatnya kinerja ekspor pada kegiatan Usaha Kecil dan Menengah demikian pula dengan Industri Sarung Palekat tersebut.

Berdasarkan uraian diatas telah dapat disimpulkan masalah penelitian bahwa seluruh faktor internal perusahaan secara terpisah (parsial) dan bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yaitu kinerja ekspor, dan fungsi faktor-faktor internal perusahaan seperti di sebutkan diatas tidak berbeda secara signifikan terhadap kinerja ekspor untuk kedua jenis industri tersebut baik Industri Sarung Palekat Kecil dan industri Sarung Palekat menengah di Kabupaten Pekalongan. Hal ini berarti bahwa Usaha Kecil dan Menengah khususnya Industri

Sarung Palekat di Kabupaten Pekalongan harus memperhatikan variabel-variabel karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk agar dapat mencapai kinerja ekspor yang lebih baik

### **5.3 Implikasi Teoritis**

Berdasarkan hasil analisis, implikasi teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Adanya hubungan positif antara karakteristik perusahaan, komitmen ekspor, strategi ekspor dan karakteristik produk terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah, telah memperkaya teori yang dikemukakan oleh peneliti sebelumnya yaitu Peter GP Walters dan Saeed Samiee, (1990). Paul W Beamish / Ron Craig / Kerry McLellan, 1993, ST Cavusgil & Shaoming Zou, 1994, dan Tammo H>A Bijmolt and Peter S. Zwart), 1994, bahwa setiap variabel berbeda yang mereka kemukakan sebagai faktor yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor pada Usaha Kecil dan Menengah secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil dan Menengah di Kabupaten Pekalongan sehingga membentuk suatu model teoritis yang baru.

#### **5.4 Implikasi Kebijakan Manajerial pada Industri Sarung Palekat Menengah**

Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah tidak terlepas dari dorongan indikator-indikator yang membentuk karakteristik perusahaan. Indikator karakteristik perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor meliputi kemampuan perusahaan, unit ekspor yang terpisah, perencanaan usaha yang tertulis dan pengalaman ekspor perusahaan. Berdasarkan hasil jawaban responden Industri Sarung Palekat menengah terlihat bahwa indikator kemampuan perusahaan memiliki nilai dominan sebesar 28.24 %. Untuk itu pihak Industri Sarung Palekat menengah dapat mencermati bahwa kemampuan perusahaan dapat ditingkatkan dengan memperhatikan sumber daya manusia yang dimiliki, sumberdaya keuangan yang dimiliki dan teknologi yang dimiliki serta sumber daya lainnya yang bersifat internal yang dimiliki perusahaan dapat meningkatkan kinerja ekspor dan untuk lebih meningkatkan pihak perusahaan juga harus memperhatikan indikator-indikator lainnya seperti perencanaan usaha yang tertulis, pengalaman serta wawasan internasional perusahaan dan memiliki departemen ekspor yang terpisah

Pengaruh komitmen ekspor terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah tidak terlepas dari dorongan indikator-indikator yang membentuk komitmen ekspor. Indikator komitmen ekspor yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor meliputi pentingnya ekspor, dukungan ekspor, perencanaan dan pengawasan ekspor dan jumlah pegawai pelaksana ekspor. Berdasarkan hasil jawaban responden pentingnya kegiatan ekspor bagi peningkatan serta pengembangan usaha merupakan

hal yang paling dominan sebesar 28.01 % Untuk itu pihak Industri Sarung Palekat menengah dapat mencermati bahwa komitmen ekspor dapat ditingkatkan dengan memberikan gambaran serta hasil-hasil yang didapat perusahaan melalui kegiatan ekspor sehingga seluruh pihak dapat lebih memacu terhadap peningkatan kegiatan ekspor perusahaan, dan untuk lebih meningkatkan pihak perusahaan juga harus memperhatikan indikator-indikator lainnya seperti disebutkan diatas.

Pengaruh strategi ekspor terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah tidak terlepas dari dorongan indikator-indikator yang membentuk strategi ekspor. Indikator strategi ekspor yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor meliputi strategi distributor, adaptasi promosi, adaptasi produk dan jumlah strategi harga yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan data penelitian terlihat bahwa indikator pemilihan distributor merupakan hal yang paling dominan sebesar 29.50 % Untuk itu pihak Industri Sarung Palekat menengah dapat mencermati bahwa penyeleksian beberapa distributor ataupun agen yang ada dan yang telah memiliki kemampuan yang baik, dan apabila perusahaan telah memiliki distributor yang selama ini menyalurkan produk ekspor akan lebih baik apabila dilakukan komunikasi yang akan semakin mempererat hubungan antara perusahaan dan agen ataupun dilakukan ikatan kerja sama dalam memnangani setiap pendistribusian produk yang akan diekspor oleh perusahaan. Agar dapat meningkatkan kinerja ekspor dan untuk lebih meningkatkan pihak perusahaan juga harus memperhatikan indikator-indikator lainnya seperti disebutkan diatas.

Pengaruh karakteristik produk terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Menengah tidak terlepas dari dorongan indikator-indikator yang membentuk karakteristik produk itu sendiri. Indikator karakteristik produk yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor meliputi teknologi produk, keunikan produk, pengalaman produk perusahaan dan kekhususan budaya. Berdasarkan data penelitian terlihat bahwa indikator yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki teknologi yang memadai dalam membuat produk merupakan hal yang paling dominan sebesar 28.98 % Untuk itu pihak Industri Sarung Palekat menengah dapat mencermati bahwa sebagian besar teknologi yang dimiliki sudah memadai dalam proses pembuatan produk, untuk dapat lebih meningkatkan kinerja ekspor maka sebaiknya industri menengah memperhatikan hal-hal lainnya seperti perusahaan memiliki keunikan produk yang lebih baik dibandingkan para pesaingnya, kemudian perusahaan lebih meningkatkan pengalaman dalam proses pembuatan produk sehingga akan lebih menghasilkan produk yang baik dan perusahaan berusaha untuk menampilkan ciri khas budaya yang dapat dilihat dalam produk yang dihasilkan,

Berdasarkan hasil analisis uji beda yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan antara Usaha Kecil dan Menengah dapat dijadikan masukan kepada pihak-pihak yang terkait agar dalam usaha melakukan pengembangan ataupun program yang akan dijalankan tidak membedakan antara usaha kecil dan menengah.

## **5.5 Implikasi Kebijakan Manajerial pada Industri Sarung Palekat Kecil**

Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil tidak terlepas dari dorongan indikator-indikator yang membentuk karakteristik perusahaan. Indikator karakteristik perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor meliputi kemampuan perusahaan, unit ekspor yang terpisah, perencanaan usaha yang tertulis dan pengalaman ekspor perusahaan. Berdasarkan hasil jawaban responden Industri Sarung Palekat Kecil terlihat bahwa indikator kemampuan perusahaan memiliki nilai dominan sebesar 26,55 %. Untuk itu pihak Industri Sarung Palekat Kecil dapat mencermati bahwa kemampuan perusahaan dapat meningkatkan kinerja ekspor dan untuk lebih meningkatkan pihak perusahaan juga harus memperhatikan indikator-indikator lainnya seperti perencanaan usaha yang tertulis, pengalaman serta wawasan internasional perusahaan dan memiliki departemen ekspor yang terpisah

Pengaruh komitmen ekspor terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil tidak terlepas dari dorongan indikator-indikator yang membentuk komitmen ekspor. Indikator komitmen ekspor yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor meliputi pentingnya ekspor, dukungan ekspor, perencanaan dan pengawasan ekspor dan jumlah pegawai pelaksana ekspor. Berdasarkan data penelitian hasil jawaban responden dukungan ekspor yang di berikan oleh seluruh pihak dalam perusahaan serta perlunya perencanaan serta pengawasan dalam kegiatan ekspor merupakan hal yang paling dominan masing-masing sebesar 25,90 % Untuk itu pihak Industri Sarung Palekat Kecil dapat mencermati bahwa memberikan dukungan ekspor

dapat dilakukan dengan memberikan porsi waktu yang lebih banyak dalam pelaksanaan kegiatan ekspor dengan mencari informasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang didapat baik melalui bantuan media ataupun peluang yang didapat melalui pemerintah setempat. Perencanaan serta pengawasan yang lebih baik dalam mengelola kegiatan ekspor diperlukan untuk lebih mengefektifkan serta mengefisiensikan dapat meningkatkan kinerja ekspor dan untuk lebih meningkatkan pihak perusahaan juga harus memperhatikan indikator-indikator lainnya seperti disebutkan diatas.

Pengaruh strategi ekspor terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil tidak terlepas dari dorongan indikator-indikator yang membentuk strategi ekspor. Indikator strategi ekspor yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor meliputi strategi distributor, adaptasi promosi, adaptasi produk dan jumlah strategi harga yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan data penelitian terlihat bahwa indikator yang menyatakan bahwa perusahaan bersedia melayani permintaan pembuatan produk khusus merupakan hal yang paling dominan sebesar 26.09 % Untuk itu pihak Industri Sarung Palekat Kecil dapat mencermati bahwa strategi dimana perusahaan melayani permintaan terhadap produk yang dibuat secara khusus bagi konsumen tertentu ataupun barang pesanan merupakan hal yang perlu untuk ditingkatkan , agar dapat memasuki pangsa ekspor , untuk itu perusahaan harus memahami keinginan dari suatu pasar pada industri Kecil cara ini dapat dilakukan pertama dengan bersedia melayani permintaan tertentu dari konsumen tertentu pula dari sini didapat berbagai pengalaman yang nantinya berguna dalam memahami



keinginan konsumen berdasarkan negara tujuan ekspor yang dapat meningkatkan kinerja ekspor dan untuk lebih meningkatkan pihak perusahaan juga harus memperhatikan indikator-indikator lainnya seperti disebutkan diatas.

Pengaruh karakteristik produk terhadap kinerja ekspor pada Industri Sarung Palekat Kecil tidak terlepas dari dorongan indikator-indikator yang membentuk karakteristik produk itu sendiri. Indikator karakteristik produk yang berpengaruh terhadap kinerja ekspor meliputi teknologi produk, keunikan produk, pengalaman produk perusahaan dan kekhususan budaya. Berdasarkan data penelitian terlihat bahwa indikator yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki keunikan produk dibandingkan pesaing lainnya merupakan hal yang paling dominan sebesar 25.52 % Untuk itu pihak Industri Sarung Palekat Kecil dapat mencermati bahwa untuk dapat lebih mengembangkan keunikan produk yang telah ada selama ini perusahaan dapat menambahkannya dengan pengalaman yang didapat dari pembuatan pembuatan produk yang khusus yang dipesan oleh konsumen tertentu, sehingga penggabungan beberapa unsur budaya akan juga menambah keunikan produk yang dapat meningkatkan kinerja ekspor dan untuk lebih meningkatkan pihak perusahaan juga harus memperhatikan indikator-indikator lainnya seperti disebutkan diatas.

Berdasarkan hasil analisis uji beda yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan antara Usaha Kecil dan Menengah dapat dijadikan masukan kepada pihak-pihak yang terkait agar dalam usaha melakukan pengembangan ataupun program yang akan dijalankan tidak membedakan antara usaha kecil dan menengah.

## **5.6 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah belum menggunakan atau meneliti keseluruhan variabel yang ada yaitu dari segi faktor internal seperti variabel motivasi melakukan kegiatan ekspor, variabel struktur organisasi perusahaan dan variabel penyusunan administrasi ekspor. Kemudian dalam penelitian ini juga belum melihat serta memasukkan variabel-variabel dari segi faktor eksternal perusahaan seperti variabel lingkungan industri, variabel karakteristik industri, dan variabel karakteristik pasar ekspor. Variabel-variabel diatas tersebut berdasarkan uraian yang dikemukakan oleh Peter GP Walters dan Saced Samiee, 1990, Paul W Beamish / Ron Craig / Kerry McLellan, 1993, ST Cavusgil & Shaoming Zou, 1994, Tammo H>A Bijmolt and Peter S. Zwart, 1994. Selain itu dalam penelitian ini jumlah responden yang dijadikan sample masih sedikit dan tidak terjadi keseimbangan antara responden usaha kecil yang berjumlah 45 dan responden usaha menengah yang berjumlah 21, dikarenakan jumlah populasi yang terbatas, yang mungkin akan berpengaruh terhadap hasil analisis.

## **5.7 Agenda Penelitian Mendatang**

Adapun keterbatasan yang masih ada dalam penelitian ini yaitu belum ditelitinya seluruh variabel yang ada seperti yang diuraikan pada keterbatasan penelitian, maka disarankan untuk penelitian mendatang dapat disempurnakan dengan menambah variabel motivasi melakukan kegiatan ekspor, variabel struktur organisasi perusahaan

dan variabel penyusunan administrasi ekspor. Kemudian dianjurkan dalam penelitian mendatang untuk menambah dari segi faktor eksternal perusahaan seperti variabel lingkungan industri, variabel karakteristik industri, dan variabel karakteristik pasar ekspor. Selain itu juga untuk penelitian mendatang dapat dilakukan terhadap populasi yang jumlahnya lebih besar sehingga terdapat keseimbangan antara usaha kecil dan menengah, sehingga akan lebih memberikan hasil analisis yang lebih memahami perbedaan antara usaha kecil dan menengah.

## Daftar Referensi

- Beamish, Paul W., Ron Craig dan Kerry McLellan, 1993, "The Performance Characteristics of Canadian versus U.K. Exporters in Small and Medium Sized Firms", **Management International Review**, Vol. 33, pp. 121-137
- \_\_\_\_\_, Lambros Karavis, Anthony Goerzen dan Christopher Lane, 1999, "The Relationship Between Organizational Structure and Export Performance", **Management International Review**, Vol. 39, pp. 37-54
- Bijmolt, Tammo H.A., dan Peter S. Swart, 1994, "The Impact of Internal Factors on The Export Success of Dutch Small and Medium-Sized Firms", **Journal of Small Business Management**, pp. 69-83
- Burpitt, William J., dan Dennis A. Rondinelli, 2000, "Small Firms' Motivations for Exporting: To Earn and Learn?", **Journal of Small Business Management**, pp. 1-14
- Carrier, Camille, 1999, "The Training and Development Needs of Owner-Manager of Small Business with Export Potential", **Journal of Small Business Management**, pp. 30-41
- Cavusgil, S. Tamer dan Shaoming Zou, 1994, "Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures", **Journal of Marketing**, Vol. 58, pp. 1-21
- Chiara, Alessandra De dan Antonio Minguzzi, 2002, "Success Factors in SMEs' Internationalization Processes: An Italian Investigation", **Journal of Small Business Management**, Vol. 40, No. 2, pp. 144-153
- Cooper, Donald R., dan C. William Emory, 1998, **Metode Penelitian Bisnis**, Erlangga, Jakarta
- Crick, Dave dan Shiv Chaudhry, 1997, "Small Businesses' Motives For Exporting: The effect of Internationalization", **Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science**, Vol. 3, No. 3, pp. 156-170
- Das, Mallika, 1994, "Successful and Unsuccessful Exporters from Developing Countries: Some Preliminary Findings", **European Journal of Marketing**, Vol. 28, No. 12, pp. 19-33

- Ellis, Paul dan Anthony Pecotich, 2001, "Social Factors Influencing Export Initiation in Small and Medium-Sized Enterprises", **Journal of Marketing Research**, Vol. 38, pp. 119-130
- Graham, Peter G., 1999, "Small Business Participation in the Global Economy", **European Journal of Marketing**, Vol. 33, No. 1-2, pp. 88-102
- Ghozali, Imam, 2001, **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Gujarati, Damodar N., 2003, **Basic Econometrics**, Mc Graw Hill, Fourth Edition
- Gujarati, Damodar N., dan Sumarno Zain, 1997, **Ekonometrika Dasar**, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Hill, Jimmy, 2001, "A Multidimensional Study of the Key Determinants of Effective SME Marketing Activity: Part 1", **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, Vol. 7, No. 5, pp. 171-204
- Ibeh, Kevin, I.N. dan Stephen Young, 2001, "Exporting as an Entrepreneurial Act : An Empirical Study of Nigerian Firms", **European Journal of Marketing**, Vol. 35, No. 5-6, pp. 566-586
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, **Metodologi Penelitian Bisnis**, BPFE, Yogyakarta
- Kantor PDE dan Arsipda, 2002, **Data Strategis Kabupaten Pekalongan Tahun 1996-2001**, Kab. Pekalongan
- \_\_\_\_\_, 2001, **Profil, Potensi Kabupaten Pekalongan**, Kab. Pekalongan
- Katsikeas, Copnstantine S., Nigel F. Piercy dan Chris Ioannidis, 1996, "Determinant of Export Performance in A European Context", **European Journal of Marketing**, Vol. 30, No. 6, pp. 6-30
- \_\_\_\_\_, Leonidas C. Leonidou dan Neil A. Morgan, 2000, "Firm-Lever Export Performance Assessment: Review, Evaluation, and Development", **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol. 28, No. 4, pp. 493-511
- Lages, Luis Filipe, 2000, "A Conceptual Framework of the Determinants of Export Performance: Reorganizing Key Variables and Shifting Contingencies in Export Marketing", **Journal of Global Marketing**, Vol. 13, No. 3, pp. 29-51

- Lages, Luis Filipe dan T.C Melewar, 1999, "Determinants of Export Performance And Moderating Effects of Marketin Programme Adaptation: A Review, Conceptual Framework And Research Hypotheses", **Research Paper of Warwick Business School**, No. 317, pp. 1-31
- Leonidou, Leonidas C., dan Constantine S. Katsikeas, 1996, "The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models", **Journal of International Business Studies**, pp.517-551
- Lohrmann, Astrid-Marina, 2001, "On Turkey's Export . Performance: A Decomposed Constant Market Shares Analysis", **Russian and East European Finance and Trade**, Vol. 36, No. 4, pp. 80-90
- Moen, Oystein, , "Relationship Between Firm Size, Competitive Advantages and Export Performance Revisited", **International Small Business Journal**, Vol, 18, No. 1, pp. 53-72
- Morgan, Robert E., 1997, "Export Stimuli and Export Barriers : Evidence from Empirical Research Studies", **European Business Review**, Vol. 97, No. 2, pp. 68-79
- Peter, G.P Walters., dan Saeed Samiee, 1990, "A Model for Assessing Performance in Small U.S. Exporting Firms", **Entrepreneurship Theory and Practice**, pp. 33-50
- Pope, Ralph A., 2002, "Why Small Firms Export: Another Look", **Journal of Small Business Management**, Vol. 40, No. 1, pp. 17-26
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi, 1995, **Metode Penelitian Survai**, LP3ES, Jakarta
- Styles, Chris dan Tim Ambles, 2000, "The Impact of Relational Variables on Export Performance: An Empirical Investigation in Australia and the UK", **Australian Journal of Management**, Vol. 25, No. 3, pp. 261-278
- Tambunan, Tulus, 1999, **Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia**, PT. Mutiara Sumber Widya, Jakarta
- \_\_\_\_\_, 2002, "Peranan UKM bagi Perekonomian Indonesia dan Prospeknya" **Usahawan**, No. 7, TH XXXI, Juli
- Voerman, J.A., M. Wedel dan P.S. Zwart, 1998, "Export Market Information Behaviour of SMEs: The Influence of Firm Characteristics", **Marketing and Network**, pp. 1-23

- Wolf, James A., dan Timothy L. Pett, 2000, "Internationalization of Small Firms: An Examination of Export Competitive Patterns, Firm Size, and Export Performance", **Journal of Small Business Management**, pp. 34-47
- Wood, Van R., dan Kim R. Robertson, 2000, "Evaluating International Markets", **International Marketing Review**, Vol. 17, No. 1, pp. 34-55
- Zou, Shaoming dan Simona Stan, 1998, "The determinants of Export Performance: A Review of the Empirical Literature Between 1987 and 1997", **International Marketing Review**, Vol. 15, No. 5, pp. 333-356.